

МІЖРЕГІОНАЛЬНА
АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



СТАНОВЛЕННЯ І РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКОЇ ДЕРЖАВНОСТІ

Випуск 7

*Матеріали VI Всеукраїнської
науково-практичної конференції
“Державне управління та місцеве самоврядування в Україні
в контексті європейської інтеграції”,
м. Київ, МАУП, 17 листопада 2011 р.*

Київ
ДП “Видавничий дім “Персонал”
2012

*Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом
(протокол № 11 від 21.12.11)*

Редакційна колегія:

А. М. Подоляка (голова), д-р юрид. наук, проф.;
А. А. Ігнатченко (заступник голови), канд. техн. наук;
М. Ф. Головатий, д-р політ. наук, проф.;
О. В. Куроченко, д-р екон. наук, проф.;
А. С. Лисецький, д-р екон. наук, проф.;
І. П. Розпутенко, д-р наук держ. упр., проф.;
Г. П. Ситник, д-р наук держ. упр., проф.;
Ю. П. Сурмін, д-р соціальних наук, проф.;
В. В. Утвенко, канд. іст. наук, доц.;
Н. М. Чернуха, д-р пед. наук, проф.;
М. В. Чечетов, д-р наук держ. упр., проф.;
Н. П. Ярош, д-р наук держ. упр.

Видання здійснене в рамках проекту
“Наукові праці МАУП”

Становлення і розвиток української державності : [зб. наук. пр.] /
МАУП. — К.: ДП “Видавничий дім “Персонал”, 2008 —

С76 Вип. 7: Матеріали VI Всеукраїнської науково-практичної конференції
“Державне управління та місцеве самоврядування в Україні в контексті
європейської інтеграції”, м. Київ, 17 листоп. 2011 р. / редкол.: А. М. Подо-
ляка (голова) [та ін.]. — 2012. — 382 с. : іл. — Бібліогр. у кінці ст.

У пропонованому збірнику подано статті учасників науково-практичної
конференції, присвяченої найважливішій проблемі сьогодення — становлен-
ню України як держави. Розглядається формування державності в Україні у
різні періоди історії та в різних аспектах.

Для науковців і державних службовців, політиків і політологів, викладачів
і студентів, а також усіх, хто цікавиться розвитком Української держави і су-
спільства.

ББК 63.3(4УКР)я43+67.9(4УКР)301я43

© Міжрегіональна Академія управління
персоналом (МАУП), 2012

© ДП “Видавничий дім “Персонал”, 2012

ЗМІСТ

Головатий М. Ф. Суспільство і держава: концептуальні засади взаємодії у процесі суспільно-політичних трансформацій та модернізації політичної системи України 7	Гапоненко В. А. Формування міжнародного іміджу України як складової державної політики євроінтеграції..... 74
Гай-Нижник П. П. Інститут державних повітових комісарів, повітових Національних Рад та жандармерії у ЗУНР..... 17	Дікареєв О. І., Волинець О. В. Геополітичний та гео економічний вимір енергетичної політики 78
Баєва О. В. Державне регулювання загальнообов'язкового соціального медичного страхування 32	Калита Л. В. Особенности использования PR в спортивном менеджменте 82
Білоус А. О., Корсуненко Л. І. Теоретико-правові основи аналізу поняття інституту державної служби 37	Качмарський Є. І. Європейські вектори реформування місцевого самоврядування в Україні ... 87
Дикареєв А. И., Дзявулько Е. А., Джан Веньчжун, Хоанг Динь Чай Сравнительная характеристика дипломатии циркумполярных стран и Шанхайской организации сотрудничества 44	Кондратюк Т. В. Сучасна сімейна політика держави як ключовий різновид державної управлінської політики 90
Утвенко В. В. Місцеве самоврядування України в контексті європейської інтеграції: історична генеза та сучасність 48	Лазоренко Л. В. Удосконалення технології прийняття управлінських рішень у державному секторі економіки 97
Баєва О. В., Старих Л. В. Державне регулювання вищої освіти України в умовах інтеграції в європейський освітній простір 55	Новальська Н. І. Актуальні питання підготовки фахівців з адміністративного менеджменту для сектору державного управління 101
Буркун І. Г. Вдосконалення структури органів місцевого смоврядування 64	Павленко В. В. , Павленко В. Л. Європейський досвід державного управління: податкова система Великої Британії 106
Галайдюк В. В. Професійна підготовка молоді до державного управління 65	Петракова К. О. Соціальна правова держава як політичний інститут: становлення, проблеми розвитку 118
	Сацький П. В. У боротьбі за безнадійну справу (деякі аспекти дипломатичної діяльності В. Липинського)..... 122

ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНОГО ІМІДЖУ УКРАЇНИ ЯК СКЛАДОВОЇ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Становлення і розвиток української державності, вип. 7, с. 74–77

В умовах інтернаціоналізації та інформатизації суспільно-політичного життя, ускладнення політичних процесів особливого значення у здійсненні зовнішньої політики набуває формування вдалого міжнародного іміджу держави. Особливо актуальна ця проблема для молодих держав, зокрема України, у яких недостатній досвід у сфері міжнародних комунікацій і які лише розпочинають роботу над завоюванням високої репутації, стикаються з необхідністю змінювати вже усталені негативні стереотипи.

Українська держава з перших років незалежності проголосила курс на євроінтеграцію. Однак процеси включення до європейського простору відбуваються досить повільно. Однією з причин такого стану речей є недостатня увага до формування міжнародного іміджу України з боку органів державної влади.

Це твердження широко висвітлюють різні наукові та публіцистичні статті, підтверджують соціологічні дослідження. Проте у вітчизняних працях переважають елементи негативної інтерпретації іміджу нашої держави. Тобто висвітлюються події, що не можуть сприятливо вплинути на формування зовнішнього іміджу України. Водночас, актуальною за-

лишається проблема з'ясування напрямів вдосконалення державного управління у сфері міжнародних комунікацій, забезпечення інформаційної безпеки нашої держави.

Для вирішення цього питання слід насамперед зробити кілька теоретичних уточнень. Як стверджує Д. Ольшанський, імідж держави — це не цілеспрямоване змодельоване спеціалістами відображення дійсності [1]. Отже, імідж будь-якої держави не може формуватись спонтанно і вимагає зваженої, цілеспрямованої управлінської політики.

Політичний імідж держави відіграє важливу роль не тільки у розширенні зв'язків із зовнішнім світом, а й сприяє соціально-економічному та політичному розвитку країни завдяки зміцненню та збереженню солідарності в суспільстві, запобіганню соціально-класовим конфліктам, забезпеченню підтримки населення у період проведення активних змін. Саме у такий спосіб можна досягти гармонійної природної та докорінної євроінтеграції, що супроводжується формуванням відповідних цінностей у громадян України.

Щодо зовнішніх функцій іміджу держави, то серед них слід виокремити такі:

- активна інтеграція у світове політичне та економічне суспільство, адже в умовах усебічної глобалізації політична ізоляція держави на міжнародній арені через її негативне сприйняття світовою спільнотою може призвести до гуманітарної та соціально-економічної катастрофи;
- забезпечення безпеки країни від політичного та військового тиску ззовні;
- забезпечення підтримки світовою спільнотою владної еліти як ресурсу боротьби з опозицією;
- підтримка національного бізнесу та приваблення іноземних інвестицій;
- сприяння розвитку туристичної сфери;
- підтримка та захист громадян у їхніх зовнішніх стосунках [2].

Зважаючи на це, можемо стверджувати, що формування міжнародного іміджу України має для державних органів не меншу роль, аніж для приватних структур, які прагнуть досягнути сприятливого інвестиційного клімату та вигідних умов для експорту товарів.

Також слід відзначити, що специфіка міжнародного іміджу полягає у наявності багатьох компонентів. Міжнародний імідж формується не лише на основі історичного минулого або переважаючих цінностей населення, а й штучно сформованих атрибутів держави, інформаційних приводів, що висвітлюються у ЗМІ інших країн.

Складність розробки бренду країни полягає у тому, що, на думку дослідників, він має відповідати таким вимогам:

1. Бути оригінальним, добре запам'ятовуватись та асоціюватися з країною.
2. Легко піддаватися змінам та нововведенням відповідно до міжнародної ситуації.
3. Містити, водночас, постійні цінності та культурні особливості країни.
4. Мати слоган (назва країни — обов'язкова) та логотип, який би містив елементи державної символіки (герб, прапор) [3, 4].

Тому для створення та просування міжнародного іміджу необхідна професійна у різних сферах команда, яка має бути аполітичною та інтернаціональною. Це доводить необхідність централізованої політики, що може здійснюватися лише зусиллями органів державної влади та наявності достатнього фінансування.

Варто відзначити, що представники влади, безперечно, усвідомлюють важливість позитивного міжнародного іміджу України для успішної євроінтеграції. Функцію міжнародної комунікації виконують вищі посадові особи, Міністерство закордонних справ, Управління стратегічних ініціатив при Адміністрації Президента, державне інформаційне агентство "Укрінформ". Протягом 2006–2010 рр. мала функціонувати Концепція Державної цільової програми формування позитивного міжнародного іміджу України. Її здійснення передбачало такі кроки:

- реалізацію комунікаційних кампаній, які передбачають використання різноманітних каналів комунікації, PR-технологій та форм інформаційно-роз'яснювальної роботи відповідно до

специфіки цільових аудиторій;

- концентрацію основних зусиль на роботі з найважливішими для України цільовими аудиторіями;
- диференціацію форм роботи відповідно до специфіки конкретних цільових аудиторій;
- розширення присутності в інформаційному полі інших країн та, зокрема, створення необхідної для цього інфраструктури;
- співпрацю з неурядовими та громадськими організаціями, зацікавленими у підтримці та поліпшенні позитивного іміджу України;
- активізацію інформаційно-роз'яснювальної роботи в Україні, спрямованої на підвищення розуміння її громадянами стратегічних зовнішньополітичних та зовнішньоекономічних напрямів діяльності нашої держави.

Проте на практиці імідж України не сприяє ані вигідному інвестиційному клімату, ані доброму ставленню до українців у Європі. У свідомості західних громадян Україна асоціюється з поняттями “корупція”, “чорнобиль” і т. п. Цей перелік негативних ознак виникає не випадково, він точно повторює інформаційну картину, що створюється засобами масової інформації. Зокрема, фахівці Українського центру економічних і політичних досліджень ім. О. Разумкова в результаті моніторингу публікацій закордонних ЗМІ дійшли висновку, що уявлення іноземних журналістів про нас є поверховими, фрагментарними і переважно негативними [5].

Навіть інформація щодо розробок українських учених, спортивні

досягнення з'являються на тлі згадок про українську злиденність та наступи влади на свободу слова.

Такий стан речей пов'язаний із непослідовністю державної стратегії формування міжнародного іміджу в Україні, обмеженим фінансуванням заходів щодо просування іміджу нашої держави у сфері туризму, культури, науки тощо, недостатньо пильний моніторинг зарубіжних ЗМІ та відсутність реакції щодо негативних, подекуди необґрунтованих, закидів на адресу нашої держави. Впадає в око непрофесійність розробників зовнішніх атрибутів міжнародного іміджу України (відеофільмів, буклетів, інформаційних матеріалів). Крім того, що сама держава не має і не реалізує жодної цілісної програми формування свого іміджу за кордоном, його ще систематично псують українські керманичі. Адже імідж посадових осіб та провідних політичних лідерів також є частиною інформаційної безпеки держави.

Сказане дає підстави стверджувати, що згадана Концепція Державної цільової програми формування позитивного міжнародного іміджу України потребує уточнення і, найголовніше, розробки шляхів його реалізації на практиці.

Для створення, зміни та поширення ефективного бренду країни необхідно систематично і цілеспрямовано здійснювати такі заходи:

- 1) проводити інформаційно-роз'яснювальну роботу серед населення щодо стратегії євроінтеграції, формувати високий рівень політичної культури та прищеплювати демократичні цінності;

2) налагодити співробітництво та залучення представників урядових структур, культури, освіти та засобів масової комунікації, бізнесових кіл;

3) залучити до розробки іміджу України професійних іміджмейкерів, а також провести соціологічні дослідження щодо сприйняття саме такої моделі брендингу серед населення нашої країни та української діаспори;

4) централізувати державну систему міжнародних комунікацій для посилення відповідальності за використані кошти та забезпечення узгоджених дій щодо підтримки єдиної ідеї;

5) активізувати інформаційну політику України з метою донести до міжнародної спільноти правду про нашу країну, пропагувати її надбання і цінності.

Таким чином, процеси євроінтеграції залежать від державного управління у сфері формування міжнародного іміджу України як європейської держави з багатою культурою, надійного партнера, що поважає себе. Це дасть можливість Україні

інтегруватись на рівноправних засадах та за підтримки власних громадян.

Література

1. *Ольшанский Д. В.* Политический PR. — СПб.: Питер, 2003. — 540 с.
2. *Качинська Н.* Політичний імідж держави: структурні та комунікаційні компоненти феномену // Віче. — 2009. — № 22. — С. 10–12.
3. *Ищенко М.* Імідж України в контексті глобальних трансформаційних процесів // Політ. менеджмент. — 2008. — № 4. — С. 154–162.
4. *Карпенко Н.* Українська національна ідея: чи можливий імідж, якщо немає Місії. // Політ. менеджмент. — 2011. — № 3. — С. 122–129.
5. *Концепція* Державної цільової програми формування позитивного міжнародного іміджу України на 2007–2010 роки // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukraine-nato.gov.ua/nato/ua/publication/content/6781.htm>
6. *Міжнародний імідж України: міфи й реалії* / Укр. центр екон. і політ. досліджень ім. О. Разумкова. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www.ucerps.org/ua/