

Костынюк А.В.
студентка 4 курса
факультета психологии, политологии и социологии
Национальный университет «Одесская юридическая академия»

КОНЦЕПЦИЯ ОТКРЫТОСТИ В ФОРМИРОВАНИИ НАЦИОНАЛЬНОГО БРЕНДА «УКРАИНА»

Позиционирование государства на мировой арене, создание бренда государства и умелое управление им, или так называемый брендинг страны, в сегодняшних реалиях приобретает все больший вес. Искусство создания положительного имиджа страны, раскрытие различных аспектов ее идентичности, а также креативная, продуманная работа, направленная на нивелирование негативных ассоциаций, объективных или субъективных, их перепрограммирование, являются относительно новым инструментарием в арсенале средств реализации украинской внутренней и внешней политики. Результатом успешного брендинга становится определенный образ государства, включая и его прошлое, и настоящее, и видение народом своего будущего; это его дух, который влияет на ассоциативном, почти подсознательном уровне, но за которым стоит титанический целенаправленная работа государства. Удачный брендинг страны - мощное средство воздействия на мировое общественное мнение. Как положительный имидж государства в глазах мира может означать бесконечный поток инвестиций и туристов, так и отрицательный образ на международной арене может означать почти полное забвение и отвержение на «обочину цивилизации». Таким образом, целенаправленная работа по созданию имиджа государства (или же бренда территории) приобретает значение стратегического приоритета.

Отдельные аспекты очерченной проблематики стали предметом исследования таких украинских ученых как В. Бебик, А. Бойко, А. Картунов, Л. Климанский, Е. Макаренко, Т. Нагорняк, А. Палий, Г. Почепцов.

Интересным представляется осмысление бренд-политики, как таковой, что воспроизводит коллективную реальность, является отражением социально-политических ценностей, ориентаций и потребностей личности. Стратегия брендинга территории должна содержать ментальные иррациональные характеристики общества, выявление которых станет сочетанием реального и действительного, рационального и иррационального в развитии территории.

Философия бренда «Украина» должна давать ответ на вопрос: что такое Украина как государство и что такое Украина как общество. Одним словом эту философию можно обозначить как «Открытость».

Украинский народ и украинское государство как субъект международных отношений руководствуются определенной особенной, присущей только им, системой идей и ценностей, отражающих фундаментальные основы жизни. Эти идеи и ценности основываются на опыте предыдущих поколений, отражают реалии и определяют стремление на будущее. В их основе лежит наиболее присущая украинцам черта - открытость.

Именно открытость является залогом эффективной коммуникации и взаимодействия Украины с миром. Именно открытость обеспечивает обратную связь и поступления в Украину информации, ресурсов, капитала, определяет ее внутреннюю политику и внешние контакты. Открытость олицетворяет желание, а главное - умение поделиться собственным опытом, готовность к сотрудничеству в решении краугольных проблем современности [1].

Своей открытостью Украина заявляет о себе миру как о привлекательном и перспективном туристическом направлении. Благодаря открытости, гостеприимству и толерантности Украина позиционирует себя как активного участника глобального социокультурного процесса. Понятие открытости позволяет получить ответ на вопрос, кто такие украинцы, какой является Украина как государство и, таким образом, раскрывает иррациональную суть бренда «Украина».

Также следует обратить внимание на формирование ключевых меседжей (так называемый кодированный текст) брендинговой стратегии:

1. Ценности - традиции, преемственность, семья - были, есть и будут оставаться тем, с чего формируется национальное мировоззрение и приоритеты. Они являются основой общественного устройства, которые рождались вместе с народом и сопровождали его на протяжении всей истории. Ценности прошли испытание временем, они объединяли, способствовали духовному становлению нации, а впоследствии - формированию государственности, и на протяжении многих веков были и остаются неизменными. Открытость Украины и украинцев в значительной мере обусловлена ее многовековой системой ценностей и морально-этическими принципами [3, с. 15].

2. Разносторонний потенциал нашего государства на сегодня раскрыт лишь частично. Богатство залежей природных ресурсов, которыми располагает Украина, способно лечь в основу функционирования целого ряда отраслей промышленности и народного хозяйства. Украина имеет большую территорию, выгодное экономико-географическое положение, уникальность минеральных, земельных, а также природных, ландшафтных, рекреационных ресурсов. Такие преимущества в совокупности должны стать для Украинской одним из главных стимулов в раскрытии своего потенциала, толчком для развития экономики каждой области, региона, страны в целом, а также для достойной презентации Украины в мировом пространстве.

Украина должна быть преподнесена мировому сообществу как страна, которая открыта для новых, интересных, разноплановых проектов и имеет благоприятные условия для социально-экономического, научно-технического и культурного развития [1]. На современном этапе развития мирового хозяйства и глобализационных процессов интеграция Украины в мировую среду с сохранением ее национальных приоритетов, уникальности и культурной самобытности является главной задачей и залогом процветания. Открытость украинцев лежит в основе их огромного потенциала для дальнейшего развития своей страны.

3. Быстрый темп современной жизни диктует украинцам свои правила, но они готовы к модернизации собственной жизни и жизни своей страны. Именно стремление к саморазвитию лежит в основе способности конкурировать, оперативно реагировать на стремительное развитие новейших технологий и адекватно отвечать на вызовы и возможности глобализации. Сегодня Украина, как никогда ранее, готова к быстрым и динамическим преобразованиям во всех сферах общественно-политической жизни. Открытость и готовность воспринимать и использовать мировой опыт, отстаивая в честной конкуренции национальные интересы, может стать главным фактором успешного проведения реформ. Открытость - это общение с миром в интерактивном режиме, это не ностальгия по прошлому и не мечты о гипотетическом будущем, это жизнь в современном изменяющемся мире с его вызовами и потребностями.

4. Реализация стратегии позиционирования украинского государства имеет целью продвижение в сознании украинцев в направлении идентификации себя как представителей крупной, самобытной, сильного государства Украина и как

представителей европейского сообщества, а также прорыв в сознании иностранцев, которые должны открыть для себя «другую Украину». Следствием этого процесса станет кардинальное улучшение имиджа нашей страны. Изменяясь, открываясь и открывая, Украина накапливает еще больший потенциал.

Одним из важнейших достижений Украины в этом контексте должно стать вступление Украины в Европейский Союз. Потребность в мировоззренческих и структурных изменениях приобретает новое звучание, также учитывая роль Украины как хозяйки конкурса Евровидение-2017. Это событие - уникальный шанс для объединения усилий, обретения уверенности, для взлета национального достоинства, самосознания и самоутверждения и, наконец, для демонстрации открытости, которая определяется как суть бренда «Украина».

К сожалению, сегодня представление об Украине в мире является очень поверхностным, фрагментарным и преимущественно негативным и международный имидж нашего государства можно сформулировать следующим образом: «Украина - это потенциально богатая, но малоизвестная государство, в котором сегодня не все в порядке, а вот когда станет хорошо - неизвестно».

Таким образом, главной задачей всего комплекса брендинговых проектов становится донести мировой аудитории основополагающий философский принцип украинской нации и государства, идею открытости. Именно восприятие миром Украина как, в первую очередь, государства открытого к сотрудничеству и партнерству, открытого к участию в глобальных общественных процессах, должно стать конечным результатом мероприятий по созданию нового имиджа Украины. Поэтому философия открытости - главный подтекст и центральный лейтмотив комплексной брендинговой стратегии Украины.

Также необходимо через серию информационно-рекламных материалов, объединенных в рамках единой концепции, воспроизвести динамику экономических преобразований в Украине и продемонстрировать инвестиционные возможности страны. Формирование инвестиционного имиджа Украины - одно из важнейших направлений брендинговой стратегии. Работа по улучшению инвестиционного имиджа предполагает прежде всего продуманное освещение программ и шагов правительства, законодательных изменений, направленных на активизацию инвестиционной деятельности в Украине. Но разработка инвестиционного имиджа в стране возможна лишь при условии преодоления внутривластных проблем, которые не дают ей развиваться и негативно влияют на международный образ. Такими проблемами являются торможение важных для страны реформ и тотальная коррумпированность всех уровней и ветвей власти.

Среди неохваченных, но крайне важных векторов формирования позитивного имиджа Украины, безусловно, следует назвать: налаживание сотрудничества с украинской диаспорой в разных странах мира; использование новых медиа, в частности популярных социальных сетей (Facebook, Twitter и др.); популяризация современной украинской литературы в мире. Ведь в современном глобализированном обществе информация становится тем ресурсом, который позволяет обеспечить своей стране процветание в любой сфере. При этом формирование имиджа государства непосредственным образом зависит от информационной политики государства и возможности формирования собственного информационного поля. Чем эффективнее информационная политика государства, тем больше возможностей наполнять мировое информационное пространство информацией, которая положительно отображается на имидже Украины, а также дает возможность противостоять информационным войнам и интервенциям, самостоятельно, без внешних воздействий, формировать свой собственный «бренд»

и предупреждать любое негативное искажения информации со стороны других международных акторов.

Литература

1. Концепція бренду «Україна» Міністерства закордонних справ України [Електронний ресурс]. - Режим доступа: <http://brandukraine.org/u/>
2. Нагорняк Т.Л. Брендинг території як державна та регіональна політика: Монографія / Т.Л. Нагорняк. - Донецьк: Вид-во «Ноулідж», 2013. - 367 с.
3. Обушний М.І. Етнонаціональна ідентичність в контексті формування української нації / М.І. Обушний. - К.: Інститут політичних і етнонаціональних досліджень НАН України, 1999. - 34 с.
4. Чалий В. Міжнародний імідж України: оцінки експертів / В. Чалий [Електронний ресурс]. - Режим доступа: http://www.razumkov.org.ua/additional/article_chaly_NSD3_ukr.pdf
5. Doing Business. Оценка бизнес регулирования [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://goo.gl/RrXjmg>