

інституціоналізації демократичних процесів. Участь у політичному житті забезпечується і формальне верховенство права досить добре встановлено, хоча захист громадянських прав показують недоліки у всіх трьох країнах.

Австралія, Японія та Нова Зеландія є консолідованими демократіями, в той час як Індія і Тайвань стикаються з перешкодами в зміцненні демократичного правління, починаючи від масової бідності і соціальної дискримінації в Індії, до проблеми в державності в Тайвані. У Південній Кореї, права участі в політичному житті все більше і більше порушуються [1]. Однак, демократія у всіх цих країнах навряд чи буде повалена. Існує нерівномірне дотримання політичних прав, а верховенство права є недосконалим в деяких випадках, але вільні і справедливі вибори є єдиним законним шляхом вибору політичних лідерів. Також в цих країнах існують розбіжності щодо ступеня інституціоналізації партійної системи, сили груп інтересів і рівня соціальної самоорганізації, але всі ці країни мають демократично єдині еліти.

Список використаних джерел:

1. Asia-Oceania – Transformation Index (BTI). *BTI*. URL: https://www.bti-project.org/fileadmin/files/BTI/Downloads/Zusaetzliche_Downloads/NGD_Asia.pdf.

Савон Катерина,

магістр факультету психології, політології та соціології

Науковий керівник – к. політ. н., доцент Т. М. Краснопольська
Національний університет «Одеська юридична академія»

МІЖНАРОДНИЙ ОБРАЗ УКРАЇНИ В УМОВАХ СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНИХ ЗМІН

Існують різні точки зору щодо понять образ, імідж та бренд держави. Є. Б. Шестопаєв пише, що поняття образ і імідж мають різні тлумачення. Іміджем називають уяву, яка конструюється спеціально, а образом – те, що формулюється спонтанно. Образ реальне, а імідж конструйоване. Образ країни в контексті виступає як найбільш загальна категорія, що охоплює весь обсяг уявлень про країну. Імідж країни є вужчим поняттям, означаючи образ, на який намагаються впливати з метою зміни. Бренд країни вимагає реалізації позитивних характеристик країни з метою отримання прибутку, що, з одного боку, зближує його з іміджем, а з іншого – проводить межу за сферою і метою здійснення. Імідж держави впливає як політично, так і економічно на учасників міжнародної взаємодії. Кожна держава має свій імідж і є брендом.

І. Ю. Кісельова та А. Г. Смірнова описують авторський термін «я держава», згідно з яким образ держави формулюється у єдності трьох компонентів. Перший з них це ідентифікація політичного лідера нації спільним цінностям, освідомлення статусу своєї держави та розуміння ролі держави, яку вона займає на міжнародній арені.

Міжнародні організації створюють різні стандарти, які створюють за різними показниками рейтинги держав, з тієї чи іншої спеціалізації. До найважливіших індексів, які впливають на формування іміджу тієї чи іншої держави, належать:

- Індекс конкурентоспроможності (один з найвідоміших світових індексів, який щорічно складається Всесвітнім економічним форумом у Давосі. В опублікованому в січні 2018 року рейтингу Україна зайняла 81-е місце.
- Індекс сприйняття корупції (щорічно розраховується міжнародною організацією Transparency International). Індекс сприйняття корупції вказав що станом на 2017 рік Україна посіла 30 місце.
- Індекс електронної участі громадян (оцінює якість і корисність інформації та послуг, які уряд за допомогою сучасних інформаційно-комунікаційних технологій надає громадянам з метою залучення до прийняття управлінських рішень). Україна посідає 32 сходинку серед 193 країн – членів

ООН, з найвищим за всю історію незалежності показником індексу електронної участі.

– Індекс економічної свободи. У рейтингу економічної свободи Україна зайняла 162 місце.

Щодо успіхів у покращенні образу України, то Міністерстві закордонних справ України запровадило інформаційний буклет «Україна: Свобода, Гідність, Креативність» і нового онлайн-проекту. Вона була присвячена річниці розгону студентів, які вийшли на Євромайдан.

Буклет став першим іміджевим проектом, реалізованим Міністерством закордонних справ України, Міністерством інформаційної політики України та громадською організацією Production Hub StratComUA.

Його мета - у доступній формі інформувати світ про Україну - країну гідності, свободи та креативності, відзначаючи її людей, досягнення та самобутність, не зациклюючись на традиційних штампах.

«Настав час розповісти про сучасну Україну, яка не лише заслуговує на підтримку світу, а й сама робить світ сильнішим», - зазначив під час презентації Посол з особливих доручень МЗС України Дмитро Кулеба.

Він зауважив, що Україна інформувала світ про російську агресію, частина роботи була приділена боротьбі з ворожою пропагандою. Однак через брак ресурсів і надзвичайну завантаженість значно менше уваги приділялося чим власне є Україна, яка її історія. За словами дипломата, назрів момент серйозно цим зайнятися, працювати на позитивне сприйняття та розуміння України за її межами.

«Радник Міністра інформаційної політики Аліна Фролова зазначила, що Україну більше знають за негативними подіями - війною, рейтингом корупції тощо, але мало відомо про наші внутрішні цінності. І лише після живого спілкування з людьми, іноземці, які до нас приїждять, вражаються й захоплюються почутим. Тож, одним із головних завдань А. Фролова зазначила заходи з позиціонування у світі та присутності в інформаційному полі Європи

та інших країн з позитивними новинами і позитивним сприйняттям України».

«Незважаючи на глобальні політичні трансформації і внутрішні події сприйняття європейцями України мало в чому змінилося. Згідно з дослідженням Інституту світової політики, проведеного в травні-червні 2015 року в шести найбільших країнах ЄС (Великобританії, Іспанії, Італії, Польщі та Франції) серед 6 тисяч осіб віком від 16 до 54 років, Україну з Росією асоціює майже кожен п'ятий. Для кожного десятого Україна асоціюється з бідністю. А новим і тепер головним у цьому асоціативному ряду виявилось слово війна» [1]. Впродовж довгих років питаннями сприйняття України на міжнародній арені займалися за залишковим принципом.

Інтерес до України у 2014 році припадав з тієї причини, що результат перемовин з Росією щодо поставок газу, впливав на розмір боргу України та стабільності поставок газу у Європу. Крім газових перемовин, західні ЗМІ приділяли підвищену увагу переговорам нормандської четвірки в Мінську (лютий 2015), загибелі людей на шахті ім. Засядька, внесенню змін до Конституції в частині децентралізації (кінець серпня - початок вересня 2015), «українським диверсантами» в Криму (перша половина серпня 2016).

У заголовках, що містять інформацію щодо України найбільший акцент робився на словах боротьба, вбивства, конфлікт, війна, агресія, Росія. Рідше зустрічаються слова сепаратист, військовий, військовий загін, повстанець, Донецьк, схід. Дуже рідко згадується про Крим.

У заголовках телерадіомовної компанії BBC можна частіше зустріти слово криза. Це пояснюється тим, що у bbc.com усі новини, які стосуються конфлікту на сході України (а також Кримське питання), публікуються під рубрикою Криза в Україні.

Окремо слід розглянути результати Reuters, як найбільшого постачальника новин про Україну (судячи з кількості заголовків. Велика увага приділяється боргу. Також, в заголовку найімовірніше зустріти Путін, ніж Порошенко.

Інформація, щодо подолання корупція і впровадження реформ у новинах зустрічаються дуже рідко. Можна припустити, що корупція і реформи - це внутрішні проблеми України, які не дуже цікаві західним медіа. З іншого боку, є гіпотеза, що Україна робить недостатньо, щоб донести до світу інформацію про нечисленні успіхи і прогрес в реформах. Слово реформа вживалося тільки в 1% заголовків. Більша частина цього одного відсотка відображає побоювання західних медіа щодо просування реформ.

Список використаних джерел:

1. Анастасія Зануда. Що думають європейці про Україну та її вступ до ЄС [Електронний ресурс] / Анастасія Зануда // BBC Україна. – 24. – Режим доступу до ресурсу: https://www.bbc.com/ukrainian/politics/2015/06/150624_europeans_ukraine_az.
2. Міністерство інформаційної політики України. МІП: Кожен українець може долучитися до популяризації України в світі [Електронний ресурс] / 1. Міністерство інформаційної політики України // Kitsoft. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <https://mip.gov.ua/news/822.html>.

VI СЕКЦІЯ: ПОЛІТИКА ТА СВІТОВИЙ ДОСВІД ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ: ЗАКОНОМІРНОСТІ ВЗАЄМОДІЇ

Лисюк Ірина Євгенівна,
аспірант

Науковий керівник – д. н. держ. упр., проф., Н. М. Драгомирецька,
ОРІДУ НАДУ при Президентові України

ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ: ПАРТНЕРСТВО ТА ЕТИКА ВЗАЄМОДІЇ

Позитивний розвиток та перетворення будь-якого суспільства залежить від результативності та ефективності її громадянського суспільства. Організацією Об'єднаних Націй була схвалена Глобальна програма зі сталого розвитку. За допомогою системи із 17 цілей та 169 цільових показників буде контролюватися процес зміни моделі розвитку. Кожна країна повинна визначити свою власну стратегію сталого розвитку, це в свою чергу вимагає активної участі всіх верств суспільства, від бізнесу до державного сектора, громадянського суспільства. Цілі програми мають бути досягнуті до 2030 року. [1, с.2] Про необхідність державного управління бути більш гнучкими і підзвітними також було наголошено у Всесвітній Доповіді Державного Сектору. Було акцентовано увагу, що соціальні та технічні інновації створюють можливості для соціального контракту між державою і громадянами, для спільного управління. Це повинно підтримуватися ефективними, дієвими, прозорими, підзвітними, справедливими і чуйними державними установами. [2, с.1] Сучасні зміни в політичному, соціальному і економічному просторах впливають на соціокультурні норми спілкування й взаємодії. Вони вимагають розробки нових методів, механізмів і технологій публічного управління.