

ПЕРІОДИЗАЦІЯ ПРОЦЕСУ ФОРМУВАННЯ ТА СТАНОВЛЕННЯ ІМІДЖУ УКРАЇНИ

PERIODIZATION OF THE FORMATION OF THE IMAGE OF UKRAINE

У статті визначено критерії формування та становлення іміджу держави, здійснено періодизацію процесу формування та становлення іміджу України.

In the article defined the criteria for the formation of the image of the State, a periodization of the formation of the image of Ukraine.

*Ключові слова: імідж, держава, етап, політика, програма, державний орган, міжнародна організація.
Key words: the image, State, stage, policy, program, public authority, international organization.*

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Формування іміджу України як незалежної держави відбувається з часу набуття нею незалежності. Першочергово це відбувалось хаотично, і на імідж впливали не певні цілеспрямовані дії державних органів в напрямі формування іміджу, а дії в процесі управління державою, налагодження взаємодії з іншими державами та міждержавними установами та організаціями, визначення національних пріоритетів та формування зовнішньої політики, поведінка громадян України за межами країни тощо. При цьому, слід враховувати, що формування іміджу держави відбувалося під впливом кардинальних змін у державі і суспільстві, у складних економічних умовах, у процесі реформування економіки, становлення системи державного управління.

Незважаючи на значимість іміджу держави для України, в науковій літературі майже не знайшов відображення процес його формування та становлення, хоча саме його дослідження дозволить, на нашу думку, виявити допущені недоліки та прорахунки, розробити корегуючі заходи. Основний акцент у працях науковців здійснювався на окремих аспектах формування іміджу України: формування іміджу України в певному регіоні, країнах; формування іміджу України в Росії; формування іміджу України на західному і російському векторах; розробка варіантів можливих інформаційних стратегій розвитку іміджу держави з урахуванням сучасних технологій та надбань; формування іміджу державних органів та державних службовців; формування економічного, інвестиційного іміджу України; формування та становлення зовнішньої політики України; формування іміджу в межах підготовки до певних подій.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Дослідження різних аспектів формування та становлення іміджу України міститься в працях вітчизняних науковців та державних службовців, серед яких особливо увагу привертають такі: Л. Авраменко, С. Баштаєв, О. Горгуц, А. Гуцал, А. Зленко, С. Колосок, Г. Лаври-

ненко, І. Лінник, Я. Логінов, В. Манохін, О. Оболенський, А. Панасюк, Г. Перепелиця, М. Петров, Ж. Поплавська, Д. Попова, Г. Почепцов, С. Рахманін, О. Сушко, В. Фесенко, І. Філенко, Л. Харченко, О. Черноплеча, М. Шульга, О. Ялова та інших.

МЕТА СТАТТІ

Метою статті є на підставі дослідження процесу формування та становлення іміджу України здійснити його періодизацію з урахуванням першочергово визначених критеріїв.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

На нашу думку, можна виділити наступні критерії, які мають найбільш суттєвий вплив на формування та становлення іміджу держави, у тому числі мали місце на формування та становлення іміджу України:

- формування та підтримання ознак незалежності;
- забезпечення економічної стабільності;
- участь України в діяльності міжнародних організацій;
- формування іміджевої політики та програм держави;
- формування міжнародного іміджу держави.

Що стосується самих етапів формування та становлення іміджу України, то вважаємо за необхідне виділити наступні.

Етап: 1991—1994 роки — характеризується набуттям незалежності України та здійсненням національно-державної самоідентифікації, домінуючими на той момент були проблеми пошуку нових партнерів та налагодження з ними ділових зв'язків, а питання щодо створення її позитивного іміджу не виникало.

У цей період Україна як держава набула перших, притаманних незалежній державі, атрибутів: у 1991 році прийнято Закон про державний кордон України, який визначав недоторканність кордонів країни, правила їх перетину тощо [1]; 1992 року Верховною Радою затверджено музичну редакцію Державного гімну, ухвалено постанови "Про Державний прапор України" та "Про Дер-

жавний герб України". Крім того, у цей же період Президентом Л. Кравчуком підписано Гельсінський підсумковий акт, яким затверджував непорушність кордонів держави та відсутність у неї будь-яких територіальних претензій до сусідів. Україну визнано незалежною державою іншими державами світу (першою незалежність України визначила Польща 2 грудня 1991 року, а протягом першого року існування незалежної України її державну самостійність визнали більш як 130 країн, дипломатичні відносини було встановлено у повному обсязі, а 40 держав відкрили в Києві свої представництва [2]), було підписано ряд протоколів про встановлення міжнародних відносин між Україною та рядом держав.

З 1992 року Україна бере участь у діяльності Організації з безпеки і співпраці в Європі (ОБСЄ), приєдналася до Міжнародного валютного фонду, Світового банку, встановлює перші договірні відносини між Україною та Європейським союзом шляхом укладення Угоди про партнерство та співробітництво у 1994 році.

Слід враховувати той факт, що після розпаду СРСР Україні необхідно було швидко будувати систему державного управління, здійснювати реформування економіки, створювати необхідну інфраструктуру, розробляти і запроваджувати нові механізми та інструменти макроекономічного регулювання тощо. Як результат, формування іміджу держави відбувалось під впливом кардинальних змін у державі і суспільстві, інколи хаотично, було результатом не конкретної цілеспрямованої програми формування іміджу, а як результат об'єктивних і суб'єктивних дій та чинників. При цьому, до основних змін, що мали безпосередній вплив на становлення державного управління та іміджу держави, слід віднести: трансформацію державної влади, зміну засад і принципів її побудови та функціонування; перехід від державної до різних форм власності; необхідність переходу від командно-адміністративної економіки до ринкових засад функціонування економіки та всіх її галузей; макроекономічну нестабільність, падіння виробництва, руйнування економічних зв'язків між суб'єктами господарювання республік колишнього СРСР, гіперінфляцію тощо; обмеженість часу, зумовлену історичною ситуацією, та неприпустимість допущення помилок у цих процесах [3]; відсутність певної програми формування іміджу держави, необхідного досвіду та достатньої кількості фахівців у сфері формування іміджу.

Стосовно державних органів, відповідальних за формування іміджу та комплексної державної інформаційної політики, зазначимо, що з 1991 р., після розпаду СРСР і проголошення державної незалежності України, тривала реорганізація системи державного управління та її структур. Внаслідок цих дій державні органи, які опікувались питаннями інформаційної політики в СРСР, були ліквідовані (1990 р. в Українській РСР діяли щонайменше чотири державні органи, у компетенції яких перебували засоби масової інформації: Державний комітет Ради Міністрів УРСР у справах видавництва, поліграфії книжкової торгівлі (Держкомвидав), Радіо-телеграфне агентство України (РАТАУ), власне сам Державний комітет УРСР по телебаченню і радіомовленню (Держкомтелерадіо УРСР) та Головне управління по охороні державних таємниць у пресі при Раді Міністрів Української РСР (ГоловлітУРСР)) [4], а створенню но-

вих державних структур, які б займалися даним питанням не приділялось необхідної уваги.

Економічна ситуація в Україні постійно погіршувалась і в середині 1992 року напруга в суспільстві вкрай загострилася. Чергове підвищення цін на сільськогосподарську продукцію викликало обурення серед населення, шахтарі піднялися на страйк. Збільшувався зовнішній борг, скорочувався випуск товарів народного споживання. Виробництво промислової продукції в 1993 р. знизилось на 21 %. Місячна інфляція восени перевищила 75 %, у грудні — 90 %. За даними Світового банку, у другій половині 1993 р. рівень інфляції в Україні був найвищим у світі і перевищував показники часів світових воєн. Національний банк України неодноразово вдавався до кредитно-грошової емісії. Лише в 1993 р. вона в 25 разів перевищила рівень 1992 р. Стрімке падіння курсу купоно-карбованця посилювало зневіру населення до вітчизняної грошової одиниці, яке більше довіряло іноземній валюті. Неприпустимо низький курс української грошової одиниці створив необмежені можливості для пограбування національних ресурсів. За 1990—1994 рр. вироблений в Україні національний продукт скоротився майже на 58 %. В умовах гіперінфляції відбувалася масова бартеризація внутрішньої та зовнішньої торгівлі. Причому, як правило, імпортні поставки здійснювались за завищеними цінами. У цій складній ситуації Кабінет Міністрів одночасно намагався зупинити спад виробництва і загальмувати інфляційні процеси. У результаті не вирішувалася жодна з цих проблем [5].

Результатом даного етапу було визнання іміджу України як молоді самостійної незалежної держави, перед якою стояли складні фундаментальні завдання та виклики, зміцнення міжнародних зв'язків України та поширення відомостей про неї у світі.

II етап: 1994—2002 роки — подальша еволюція хаотичного становлення іміджу України, позитивні зміни в економіці держави, стабілізація зовнішнього курсу України, посилення її ролі як одного з регіональних лідерів.

Протягом 1994—1995 років у зовнішньополітичній діяльності України відбулася певна еволюція акцентів: економічний аспект зовнішніх зносин було поставлено в один ряд з такими напрямками, як відстоювання політичних інтересів та інтересів національної безпеки. Дедалі більшого значення почало набувати забезпечення сприятливих зовнішніх умов для соціально-економічних перетворень у країні і становлення України як впливової держави в регіоні Центральної та Східної Європи, активізація зусиль щодо включення до загальноєвропейських процесів. Завдяки виваженій і послідовній українській зовнішній політиці з 1995 року почали простежуватися помітні позитивні зміни у ставленні до України на міжнародній арені. Нашу країну все більше почали розглядати як важливу регіональну державу, один з вагомих факторів забезпечення безпеки і стабільності в регіоні та Європі в цілому. Цьому значною мірою сприяла послідовна політика України у сфері ядерного роззброєння, чітке дотримання своїх міжнародно-правових зобов'язань в інших сферах, норм міжнародного права та демократичних цінностей. Не останню роль тут відіграла і стабільна в політичному плані внутрішня ситуація в країні, зокрема поступове вирішення проблем, пов'язаних з національними меншинами.

Даний етап також характеризується першими конкретними кроками з боку державних органів у напрямі розробки державних програм формування іміджу держави. Так, у серпні 2002 року Кабінет Міністрів України ухвалює державну програму "Інвестиційний імідж України", яка мала на меті "поліпшення іміджу України у сфері залучення інвестицій шляхом здійснення заходів щодо широкомасштабного висвітлення здобутків у формуванні сприятливого інвестиційного клімату та активізації інвестиційної діяльності в Україні" [6].

З 2 вересня 1996 року відповідно до Указу Президента України започатковано обіг національної валюти — гривні, як одного з головних атрибутів незалежної держави.

У цей період відбувається стабілізація в економіці України: уповільнилися темпи падіння показників промислового виробництва: 1995 р. зниження склало 11,5 %, 1996 — 5,1 %, 1999 — стабілізація і ріст. Істотно знизилась інфляція: 1994 р. вона дорівнювала 500%, 1996 р. — 40, у 1997 р. — 2%. У вересні 1996 р. запроваджена національна грошова одиниця — гривня, яка залишається досить стабільною, особливо в 2000 р. Збільшились обсяги капіталовкладень, стабілізувалась фінансова система, дещо зросли надходження до центрального бюджету, розширився зовнішньоторговельний оборот [7].

Результатом даного етапу були стабільність і незмінність зовнішньополітичного курсу України у цей період, його послідовність та прогнозованість, макроекономічна стабільність, що створювало нашій державі імідж надійного партнера як на регіональному рівні, так і на світовій арені. Перші кроки у напрямі формування державних програм формування іміджу України.

III етап: 2003—2009 роки — перші суттєві кроки у напрямі цілеспрямованого формування іміджу України, час набутих і втрачених можливостей для становлення позитивного іміджу України.

У 2003 році Кабінет Міністрів України ухвалив Державну програму забезпечення позитивного міжнародного іміджу України на 2003—2006 рр., контроль та виконання якої покладається на Міністерство закордонних справ України. У програмі зазначається, що "державна іміджева політика повинна забезпечити узгоджені дії органів державної влади та громадських організацій на цьому напрямі на основі використання економічного, інтелектуального та культурного потенціалу українського суспільства" [8]. У червні 2007 р. ухвалено Концепцію Державної програми формування позитивного міжнародного іміджу України на 2007—2010 рр. Наступна державна програма була ухвалена 2009 року та в своєму додатку мала кількісне визначення необхідних заходів (розповсюдження рекламних матеріалів, участь у виставках тощо) та прораховані результати [9]. Водночас, зазначені програми не призвели до суттєвих позитивних зрушень у формуванні іміджу України.

У 2004 році Україна отримала черговий шанс реабілітувати власний імідж в очах міжнародної спільноти після "помаранчевої революції", стати на демократичний шлях, запровадити європейські соціальні стандарти, європейський підхід до питань взаємин бізнесу й влади, бізнесу й суспільства. Водночас даний шанс не був використаний і до влади прийшли політики, які позиціювали себе як політики із принципово новими підходами до питань організації влади, насправді ж такими не були. Це ще більше добавило негативу до іміджу не лише керів-

ників держави, а й для іміджу самої держави. Помаранчева революція в Україні привернула увагу і викликала захоплення у світовій пресі, політикумі і громадськості. На початку 2005 року можна було з упевненістю говорити про формування бренду "Україна" на світовій арені, який, згідно експертних досліджень, вважався яскравим і мав високий рейтинг популярності у світі. Однак із кінця 2005 року розкол у помаранчевій політичній команді, перманентна політична нестабільність та слабкість державної політики почали тягнути міжнародний імідж України на дно. Недоліки та прорахунки в державному управлінні, постійні конфлікти між колишніми партнерами (Президентом та прем'єр-міністром України) негативно впливали на імідж країни та її економічну стабільність.

Зовнішня політика України, за твердженням фахівців Центру Разумкова, стала заручницею гострого і тривалого внутрішньополітичного протистояння. Її ефективність знижувалася нескоординованістю реалізації зовнішньополітичного курсу держави, неналежною організацією і забезпеченням зовнішньополітичної діяльності, використанням міжнародної арени для зведення внутрішньополітичних рахунків. Така ситуація дезорієнтувала світову спільноту, підірвала міжнародний авторитет країни. Серед стратегічних партнерів української держави у світі загалом наростала "втома від України".

5 лютого 2008 року відбулося засідання Генеральної Ради Світової організації торгівлі, на якому Президентом України В. Ющенком і Генеральним директором СОТ П. Ламі був підписаний Протокол про вступ України до СОТ.

Позитивні тенденції в економіці України, які з'явилися наприкінці 90-х років минулого сторіччя, стали ще вагомими протягом даного етапу і виражались у постійному зростанні ВВП, у тому числі у період після кризи 2004 року і до часу розгортання в світі фінансово-економічної кризи 2007—2009 років (середньорічні темпи приросту ВВП у 2005—2008 роках становили 4,8%). Але економічне зростання мало, в основному, екстенсивний характер, а структура ВВП залишалась майже незмінною. Економіка держави не мала інноваційного характеру і тривалий час базувалась на сировинних галузях — третина ВВП припадала на переробну галузь, яка є низькотехнологічною і не створює високого відсотку додаткової вартості. Водночас, потенціал високотехнологічних галузей вітчизняної економіки тривалий час використовується не повною мірою [3, с. 110—111].

Результатом даного етапу було формування переважно негативного іміджу України з високими інвестиційними ризиками, корупцією у всіх органах влади. Крім того, Україна у світі характеризувалась як:

- маловпливова і маловідома європейська держава, що знаходиться в пошуках свого місця в світі;
- молода демократична країна, країна Помаранчевої революції;
- кризова країна, політично нестабільна, з неефективною владою.

IV етап: 2010 рік — теперішній час — остаточне погіршення іміджу держави, відхід від демократичних принципів, підвищення рівня корупції, подальше погіршення економічної стабільності, дискредитація вітчизняної влади перед світовою спільнотою та громадянами на фоні посилення пропагандистської діяльності з питань покращання іміджу, проведення Євро-2012.

24 березня 2011 року відбулася презентація Стратегії позиціонування України за кордоном, розробленої на замовлення МЗС. Стратегія розроблена компанією CFC Consulting, її головне гасло — "Україна — відкритість", що позиціонує Україну як державу, відкритую до реформ, розвитку туризму, готовності брати участь у глобальних процесах, до інвестування. Відповідно до загальносвітової практики Стратегію презентовано у вигляді бренд-буку.

Урядом у контексті проведення ЄВРО-2012 було профінансовано і виконано декілька іміджевих програм, зокрема створення рекламного відео для Євро-2012 "Увімкни Україну", яке зображує країну як туристично привабливу. Водночас, зазначені заходи та програми не є свідченням системної роботи у сфері формування іміджу України.

До негативного образу України додаються судові процеси над колишніми посадовцями, що мають яскраве забарвлення політичних розправ і сприймаються виключно як політичне упередження в процедурах правосуддя. Вони підривають верховенство права, зводять нанівець стандарти правової демократичної держави, а з ними — і перспективи євроінтеграції, і залучення іноземних інвестицій в економіку. Іноземних партнерів також відлякують нерозвинена інфраструктура та корумпованість органів влади.

Що стосується ситуації в економіці держави, то хоча впродовж останніх двох років спостерігаються позитивні показники динаміки реального ВВП, проте поки нинішню динаміку не можна класифікувати як стійке зростання, оскільки наразі відбувається лише часткова "компенсація" втрат (падіння) кризового 2009 року. Зростання у 2010 році було зумовлене не стільки покращенням економічних умов і пост-кризової структури економіки України, скільки глибиною падіння ВВП-2009 — близько 15%. Стосовно ж 2011 року практично всі основні сфери економічної діяльності демонстрували позитивну, проте помітно нерівномірну динаміку (як упродовж усього року, так і за річними результатами загалом), і навіть відносно краща динаміка промисловості (у т.ч. завдяки певному відновленню зовнішньому попиту) все ще перебуває на рівні, нижчому від до кризового [10]. Крім того, відсутність інноваційних процесів і вузька пропозиція товарів вітчизняного виробництва не дозволяють використовувати інноваційну політику для регулювання товарної пропозиції і, відповідно, залишають, в основному, монетарні інструменти для придушення інфляції у вітчизняній економіці. Але скорочення грошової пропозиції викликає зростання відсоткових ставок і т.д. Економіка України вступає в депресію, спричинену дією інструментів макроекономічної політики вперше за останнє десятиліття [11].

ВИСНОВКИ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

На даний час Україна має негативний імідж, як інвестиційний, політичний та міжнародний, як зовні, так і в середині держави серед більшості населення. При цьому, дії державних органів у процесі формування та становлення іміджу України не мали комплексного характеру, а основні елементи іміджу України, на жаль, ніяк не пов'язані зі спеціальними державними програмами і спеціалізованою активністю в цій сфері. Крім

того, існує певна різниця між тим, що роблять в Україні в цій галузі, і як вибудовується сприйняття нашої країни ззовні; політики та державні інституції не мають консолідованої позиції з різних питань, які висвітлюються назовні; відсутня послідовність та спадкоємність у поглядах на дане питання між різними президентами та урядами держави. Як результат, сильні сторони іміджу України — усе, що не стосується економіки й політики: культура, спорт, історія. Тому, на даний час є очевидним необхідність створення та просування образу, бренд-буку України й територіальних брендів регіонів України.

Література:

1. Закон України "Про державний кордон України": [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1777-12>
 2. Державотворчі процеси розбудови незалежності: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.history.vn.ua/book/history3/53.html>
 3. Шпачук В.В. Державне антикризове управління банківською системою: теорія, методологія, практика: монографія / В.В. Шпачук. — К.: ВПЦ АМУ, 2012. — 304 с.
 4. Короткова О.В. Міжнародний імідж України як інструмент забезпечення національних інтересів держави / О.В. Короткова. — С. 262—269.
 5. Економічна криза в Україні та її наслідки. Програми нової економічної стратегії [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.history.vn.ua/article1/x20mb.html>
 6. Розпорядження Кабінету Міністрів від 17 серпня 2002 р. № 477-р "Про схвалення Програми Інвестиційний імідж України" [Електронний ресурс]. — Режим доступу: zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi/nreg=477-2002
 7. Економічна криза в Україні та її наслідки. Програми нової економічної стратегії. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.history.vn.ua/article1/x20mb.html>
 8. Постанова Кабінету міністрів від 15 жовтня 2003 р. № 1609 "Про затвердження Державної цільової програми забезпечення позитивного міжнародного іміджу України на 2003—2006 роки" [Електронний ресурс]. — Режим доступу: zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi/nreg=1609-2003-%EF
 9. Постанова Кабінету Міністрів від 3 червня 2009 р. № 554 "Про затвердження Державної цільової програми формування позитивного міжнародного іміджу України до 2011" [Електронний ресурс]. — Режим доступу: zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi/nreg=554-2009-%
 10. Юрчишин В. Результати-2011 і перспективи-2012: світова економіка та Україна [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www.razumkov.org.ua/upload/yurchyshyn_global_ecnomy_2012.pdf
 11. Макаренко І., Кузьменко В., Острокоморець О., Чала Н., Рогожин А. Українська економіка вступає у фазу дефляційної депресії в 2012—2013. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://news.finance.ua/ua/~2/0/all/2012/12/03/292291>
- Стаття надійшла до редакції 10.02.2013 р.*