

*Секція 1. Економіко-управлінські та гуманітарні аспекти
фінансово-економічної стратегії розвитку України в умовах поглиблення
інтеграційних процесів країни до світового співтовариства*

**ІМІДЖ УКРАЇНИ В УМОВАХ
СУЧАСНИХ ГЕОПОЛІТИЧНИХ ВИКЛИКІВ**

О. А. Мельникова

**(ДЗ “Луганський національний університет імені Тараса Шевченка”,
м. Старобільськ)**

На шляху євроінтеграції України дуже актуальною стає проблема формування іміджу України в очах широких груп громадськості (як зовнішніх, так і внутрішніх). Без позитивного іміджу, Україна не зможе розраховувати на таку необхідну підтримку світової громадськості в умовах кризової ситуації, в якій опинилася країна. Сильний бренд країни необхідний також для залучення інвесторів і туристів, налагодження міжнародного співробітництва в різних сферах діяльності і т. д.

В даний час, проблемам, пов'язаним з побудовою іміджу країни присвячені роботи таких вітчизняних і зарубіжних авторів як: Є. Анохін, К. Асплундом, Д. Гернер, Д. Хайдер, О. Андрійчук, А. Теплухін, Т. Нагорняк, Л. Шульгіна, Ю. Чала, А. Старостіна та ін. У теж час практика цілеспрямованої побудови іміджу країни є нововведенням для України, що обумовлює актуальність дослідження. Мета тез – обґрунтувати необхідність побудови позитивного іміджу України в умовах сучасних геополітичних викликів.

У широкому сенсі слова імідж країни – це відносно стійке, часто малорухливе, уявлення людей про країну. Імідж України складається з таких елементів, як офіційна і неформальна символіка (герб, прапор, гімн, український народний костюм, поєднання символів і візерунків і т. д.), менталітет і психологічні особливості поведінки нації, система освіти, культура та історична спадщина, рівень соціально-економічного розвитку країни і т. д.

В даний час, можна стверджувати, що імідж України носить суперечливий і неоднозначний характер. Якщо всього пару років тому згадки про Україну в західних ЗМІ були фрагментальні і поверхневі, то сьогодні про Україну і про її проблеми знає вся світова громадськість. У теж час, не дивлячись на підвищення впізнаваності України, факти і відомості, які поширюються про Україну – часто заважають формуванню сприятливого іміджу країни – найчастіше про нашу країну згадують у контексті корупційних схем, нестабільної національної економіки, масової трудової еміграції, техногенної катастрофи у м. Чорнобиль і військовим конфліктом на сході України. А якщо враховувати положення України у світових рейтингах (77 позиція в рейтингу країн-брендів Country Brand Index 2014–2015, 76 позиція в рейтингу глобальної конкурентоспроможності країн – The Global Competitiveness Index-2014, 105 позиція у рейтингу ВНД на душу населення – Gross National Income- 2014, 55 позиція у рейтингу ВВП на душу населення – Gross Domestic Product-2014, 70 позиція в індексі верховенства закону – The Rule of Law Index-2015, 150 позиція у рейтингу миролюбності

країн світу – Global Peace Index-2015, 41 позиція у рейтингу національних систем вищої освіти – U21 Rankings of National Higher Education Systems-2015 і 84 в рейтингу слабкості держав світу – Fragile States Index 2015 – тобто Україна відноситься до групи держав з рівнем стабільності нижче середнього – це небезпечний рівень ризиків), то можна стверджувати, що імідж України можна оцінювати як негативний [1].

Тому, основне завдання цілеспрямованої політики з побудови сильного позитивного іміджу країни, разом з реформуванням економіки – це мінімізація негативної інформації, яка існує сьогодні, і поширення позитивної інформації, що стосується історії, мистецтва та культури України, національних досягнень, перспектив інвестиційних вкладень та міжнародного співробітництва, перспектив розвитку рекреаційної сфери тощо. Так, не дивлячись на наявні проблеми, сильними сторонами нашої країни є – вигідне геополітичне розташування країни на карті світу, наявність різноманітних природних ресурсів (ліси, гори, степи, вихід до 2-х морів), населення (працездатне населення, кваліфіковані фахівці, вчені), промислові ресурси, історична спадщина і культура нації. Важливим аспектом формування сприятливого іміджу України – є формування сильного іміджу і всередині країни. Сильний внутрішній імідж України позитивно впливає на демографічні процеси в суспільстві, сприятиме розвитку ринку праці, перешкоджати “відпливу умів”, сприяти зростанню ВВП, підвищенню національної самосвідомості і т. д.

Дуже важливою складовою на шляху укріплення іміджу України є цілеспрямована інформаційна політика держави. В Україні створено Міністерство інформаційної політики, основними завданнями якого є розробка стратегії інформаційної політики України та концепції інформаційної безпеки держави, координація роботи органів влади в питаннях комунікації та розповсюдження інформації і протидія інформаційної агресії з боку Росії [2]. В той же час, однієї лише комунікаційної політики недостатньо в проблемі укріплення позитивного іміджу України в очах цільових груп громадськості. Використання маркетингових підходів та інструментарію дозволить зміцнити і примножити результати формування сприятливого іміджу України. Так, серед маркетингових інструментів особливо актуальною є реалізація комплексу маркетингових комунікацій, у т.ч. використання технологій public relations і багаторівневої реклами.

У висновку можна відзначити, що в даний час в Україні істотні проблеми в питаннях формування іміджу країни. У теж час, комплексний підхід до вирішення цієї проблеми з використанням спеціально розробленого комплексу маркетингових комунікацій дозволить отримати позитивні зрушення у питаннях формування сприятливого іміджу країни.

Список використаних джерел:

1. Інформаційно-аналітичне агентство “Центр гуманітарних технологій” [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://gtmarket.ru>
2. Міністерство інформаційної політики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://mip.gov.ua>