

ревью (зима) 2000-01. – С. 32-34. **7.** Ахиезер А. Дезорганизация как категория общественной науки // Общественные науки и современность. – 1995. – № 6. – С. 45-46. **8.** Рорти Р. Обретая нашу страну: Политика левых в Америке XX века. – М., 1998. – 128 с. **9.** Парахонський Б. О. Перспективи України у системі європейської та євроатлантичної безпеки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.niisp.gov.ua/vydanna/panorama/issue.php?s=gpgs0&issue=2004\\_4](http://www.niisp.gov.ua/vydanna/panorama/issue.php?s=gpgs0&issue=2004_4) – Назва з титул. екрану. **10.** Global Civil Society: 2001 / Н. Anheier, М. Glasius, М. Kaldor (eds) / А. Giddens (Foreword). Oxford: Oxford Univ. – Press, 2001. – 348 р. **11.** Глобальные проблемы современности и сотрудничества в ходе их решения. – Берлин, 1987. – 279 с. **12.** Антиглобализм и глобальное управление: Доклады, дискуссии, справочные материалы. – МГИМО (У) МИД России, 2006. – 440 с. **13.** Апель К.-О. Этноэтика и универсалистская макроэтика: противоречие или дополнительность. – М.: 2004. – 419 с. **14.** Емельянов Г. В., Стрельцов А. А. Проблемы обеспечения безопасности информационного общества [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.iis.ru/infosoc/emag.nsf/BPA/36cd0b938767a524c32568bd003ffe23>. – Назва з титул. екрану. **15.** Zachary G. P. The Diversity Advantage. Multicultural Identity in the New World Economy. – Boulder, 2003. – Р. XXIII-XXXIX – 589 р. **16.** Білорус О. Імперативи стратегії розвитку України в умовах глобалізації // Віче. – 2000. – С. 56-71. **17.** Бэттлер Л. Национальные интересы, национальная и международная безопасность // Полис. – 2002. – № 4. – С. 132-157.

УДК 327.019.5(477)(045)

## **МІЖНАРОДНИЙ ІМІДЖ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗАХИСТУ НАЦІОНАЛЬНИХ ІНТЕРЕСІВ**

*Надія Качинська,  
аспірантка кафедри  
міжнародних відносин та зовнішньої політики  
Маріупольського державного гуманітарного університету*

*Розглядається міжнародний імідж сучасної України в контексті проблеми забезпечення захисту національних інтересів держави. Пропонується спроба обґрунтованого доказу наукової гіпотези про те, що міжнародний імідж України не відповідає її національним інтересам та створює загрозу її національній безпеці. Наводиться аналіз експертних оцінок, звітів щодо моніторингу ЗМІ та даних світових рейтингів.*

**Ключові слова:** міжнародний імідж України, національні інтереси, експертна оцінка, моніторинг ЗМІ, світовий рейтинг.

*International image of Ukraine is studied in the context of the problem concerning defense of the state's national interests. The attempt to prove the scientific hypothesis that current international image of Ukraine endangers the state's national interests and security is provided on the basis of the analysis of experts' evaluations, reports of mass-media monitoring and world ratings indices.*

**Keywords:** international image of Ukraine, national interests, experts' evaluation, mass-media monitoring and world rating.

**Актуальність.** Формування привабливого міжнародного іміджу є однією з найактуальніших проблем державного врядування України. Переважно негативний імідж Української держави в очах світової спільноти сьогодні можна вважати загрозою її національній безпеці. Таке становище ускладнене потужним закордонним інформаційним впливом та відсутністю достойної української відповіді.

На думку відомого представника політичного реалізму Г. Моргентая, «відправною точкою політики держави має бути концепція національних інтересів, визначена в термінах сили» [10]. Іміджева політика будь-якої сучасної держави має орієнтуватися, в першу чергу, на захист її національних інтересів. Адже в умовах глобалізаційних та комунікативних змін імідж, як індикатор рівня визнання держави та її цінностей на міжнародній арені, виступає засобом «м'якої сили» будь-якої держави, що прагне активно та ефективно конкурувати у світі.

**Мета** дослідження – здійснити аналіз міжнародного іміджу України в контексті реалізації захисту її національних інтересів.

Дослідження спирається на широку **наукову базу**, яка складається з робіт закордонних та вітчизняних вчених щодо проблеми формування міжнародного іміджу держави взагалі та України зокрема. Вагомою є **джерельна база** дослідження, яка представлена вітчизняними законодавчими актами, доповідями державних установ, дисертаційними дослідженнями з проблематики, доповідями міжнародних організацій щодо світових рейтингів.

Національні інтереси України визначені в Декларації про державний суверенітет України, Акті проголошення незалежності України, Постанові Верховної Ради України від 2 липня 1993 року «Про основні напрями зовнішньої політики України», Концепції (Основах державної політики) національної безпеки України та інших. У Державній цільовій програмі формування позитивного іміджу країни до 2011 року, прийнятій 3 червня 2009 р., в частині

визначення завдань зазначено, що «формування позитивного міжнародного іміджу України є необхідним для забезпечення захисту її національних інтересів, дотримання стратегічного курсу на європейську інтеграцію, успішної конкурентної боротьби на міжнародному ринку збуту та інвестицій» [9].

Вивчення теоретичної та практичної сторони проблеми формування міжнародного іміджу України демонструє, що він не відповідає її національним інтересам, а також створює загрозу національній безпеці. З цим погоджується переважна більшість вітчизняних дослідників та експертів іміджевої проблематики. Так, експерт Інституту практичної політології О. Жуган у своїй статті «Україна: держава без іміджу» наголошує: «Захід та Росія стрімко втрачають інтерес до України та починають говорити про якусь територію, якій притаманне визначення «країни, що не відбулася». Такі держави є джерелом всіляких лих – від екологічного забруднення до загострення демографічних проблем. Основна загроза в тому, що «країни, що не відбулися» є головним джерелом нестабільності, розповсюдження тероризму та зброї масового знищення. Для таких держав застосовується ще інший термін: «гуманітарна інтервенція», «повніше управління», «перебування в зоні відповідальності» світових лідерів. Інакше кажучи, проблема з іміджем дуже швидко може конвертуватися в проблему з серйозними наслідками для національної безпеки» [3].

В аналітичній записці Національного інституту стратегічних досліджень, підготовленій С. Гнатюком у грудні 2009 року, йдеться: «Україна залишається здебільшого беззахисним об'єктом численних інформаційних агресій ззовні, які здійснюються з різних причин: боротьба за вплив на Україну між іншими державами, намагання дестабілізувати її внутрішнє становище, завдати шкоди її міжнародному авторитету, конкуренція на зовнішніх ринках, політичні, територіальні суперечки тощо. З іншого боку, величезна кількість внутрішніх проблем давали й дають безліч інформаційних приводів для негативних повідомлень про Україну в світових медіа. В результаті нині склалася ситуація, в якій зарубіжні та більшість вітчизняних експертів суголосно називають міжнародний імідж України „катастрофічним”» [2].

Доказ запропонованої нами наукової гіпотези про те, що сучасний імідж України є загрозою її національним інтересам, у рамках цього дослідження слід побудувати за допомогою трьох основних аргументів:

- аналізу експертних оцінок;
- вивчення результатів моніторинрів висвітлення української проблематики в іноземних ЗМІ;

- надання оцінки позиціям України в основних світових рейтингах.

Експертна оцінка як метод політичного аналізу широко застосовується в контексті моніторингу усталеного іміджу держави в світовому досвіді. Одне з перших опитувань експертів щодо іміджу України було проведене в 2002 році Всеукраїнською громадською місією «Україна Відома» («Ukraine Cognita»), результатами якого стали наступні висновки: «На думку закордонних експертів, Україна є в цілому невідомою країною. Загальний результат опитування демонструє характерні риси іміджу України та виглядає так: невідома країна – 67,77 %; культурна нація – 38,02 %; ринок надій – 37,19 %; спортивна нація – 19,01 %; військова міць – 15,7 %; надійний партнер – 5,79 % [4]».

Експертне дослідження міжнародного іміджу України було проведене в 2000 році недержавним Українським центром імені О. Разумкова (УЦЕПД). У ролі експертів виступили І. Осташ (голова комітету у закордонних справах і зв'язках з СНД Верховної Ради України), Д. Китай (президент Російського Кредитімпекс Банку), Д. Шерр (провідний співробітник Британського центру дослідження конфліктів), Д. Видрін (директор Європейського інституту інтеграції і розвитку, Україна) та М. Едмондс (директор Британського центру дослідження оборони і міжнародної безпеки). Вибір саме цих експертів був обумовлений, на думку директора УЦЕПД В. Чалого, тим, що «вони мають високий фаховий рівень, добре знають ситуацію в Україні та навколо неї. Оцінки цих людей особливо важливі, оскільки завдяки своїй роботі у державних, дослідницьких і бізнесових структурах вони впливають на формування позиції як політичного керівництва своїх держав, так і громадськості.

Експертне дослідження УЦЕПД засвідчило, що основними позитивними рисами України є: врівноваженість національного характеру; високий рівень етнічної терпимості; відсутність шовінізму і великодержавних амбіцій; перспективи розвитку туризму; високий потенціал агропромислового комплексу; талановиті спортсмени; геополітичне положення держави. Негативними рисами іміджу України були визначені: корумпованість, безвідповідальність, некомпетентність урядовців; закритість органів влади; нестабільне законодавство; затримки з проведенням реформ, їх непослідовність; несприятливий інвестиційний клімат; перевага декларацій над практичними діями; відсутність власної політики щодо формування міжнародного іміджу; недостатньо розвинутий сервіс [6]. В 2008 році директор УЦЕПД В. Чалий на прес-конференції зазначив, що за вісім років ці риси кардинально не змінилися.

29 квітня 2009 року відбувся круглий стіл «Чи можна створити імідж України у світі за 5 тисяч доларів?». Ініціатором

та організатором заходу виступило інформаційне агентство «Українські новини». В ході роботи круглого столу експерти в галузі зв'язків із громадськістю, політичні експерти і представники державних органів висловили своє бачення шляхів покращення іміджу України в світі. Результатом роботи круглого столу стало прийняття наступних рішень:

- необхідно створити орган (державний чи недержавний), який би займався створенням іміджу України у світі;
- потрібно залучати професіоналів у сфері PR до створення іміджу України у світі;
- слід створити сам бренд «Україна» і визначити його вартість;
- найближчим часом потрібно зібрати круглий стіл експертів і виробити національну програму розробки іміджу України, узгодити основні положення програми, підписати її та направити на розгляд і затвердження в Міністерство закордонних справ України [5].

Експертне дослідження Д. Богуша, віце-президента Української ліги зі зв'язків із громадськістю, складене його агентством Bohush Communications у листопаді 2009 за матеріалами Українського центру економічних і політичних досліджень імені О. Разумкова, МЗС України, ТМА Communications, Ahelisher&Partners Public relations, Soface, Bohush Communications, продемонструвало ключові доміанти іміджу України: молода демократія, країна «Помаранчевої революції»; країна відомих спортсменів (брати Клички, А. Шевченко, С. Бубка, Я. Клочкова); красиві жінки; політична нестабільність, дефіцит політико-інституціональної спадкоємності, неефективність влади та законодавства; невизначеність напрямків і стратегій подальшого розвитку, як результат – непередбачуваність; негативний інвестиційний клімат, високі ризики у бізнесі, повсюдна корупція; загалом кризова і небезпечна (Чорнобиль) країна; залежність від Росії; не впливова, маловідома країна.

Причинами таких іміджевих оцінок, на думку експерта, є вплив зовнішніх та внутрішніх факторів. Зовнішні: 1) протягом останніх двох років у провідних світових медіа різко зменшилася й до того невелика кількість повідомлень про Україну; 2) до 70 % інформації має негативний характер; 3) у 2008 р. 44 % повідомлень про Україну в європейських медіа стосувалися її політичного життя, 19 % – бізнесу, на всю іншу тематику припадало лише 37 %. Внутрішні: з часів проголошення незалежності і до недавнього часу в Україні не проводилося концептуалізованої та послідовної політики формування її міжнародного іміджу і протидії зовнішнім інформаційним агресіям [7].

Бліц-опитування експертів, здійснене на замовлення Всеукраїнського ділового тижневика «Власть денег», було присвячене оцінці ефективності формування іміджу України у

міжнародній спільноті. Експерти (якими виступили В. Кирилич, прес-секретар МЗС; Я. Ленський, директор агентства AimComms; Д. Міндоза-Вілсон, директор з міжнародних зв'язків та відносин з інвесторами компанії System Capital Management) мали відповіді на три запитання:

- які заходи з формування іміджу України вони вважають успішними;
- яким чином імідж держави впливає на імідж приватних компаній;
- які перешкоди існують на шляху формування позитивного іміджу нашої країни за кордоном.

Серед позитивних заходів експерти підкреслили демонстрацію відеороликів про Україну на каналах Euronews та CNN, проведення виставки «Скарби України» в Польщі за фінансової підтримки С. Тарути (голова ради директорів Корпорації «Індустріальний союз Донбасу»), перемогу на Євробаченні, вихід у чвертьфінал Чемпіонату світу з футболу та можливість проведення «Євро-2012» в Україні. Всі експерти переконані, що імідж держави напряму впливає на можливість приватного бізнесу, але сьогодні переважно в негативному контексті.

Щодо перешкод на шляху формування привабливого іміджу, кожен з експертів надав оцінку, виходячи зі сфери професійного інтересу. Так, В. Кирилич заявив, що Україні для позитивного іміджу не вистачає грошей через світову фінансову кризу. Д. Міндоза-Вілсон зазначив, що основні перешкоди міжнародного привабливого іміджу України – політична нестабільність, високий рівень корупції та недієва судова система [8].

Таким чином, аналіз експертних оцінок сучасного іміджу України продемонстрував, що в очах світової спільноти українська держава є маловідомою з негативно забарвленим іміджем. Країна молоді демократії, красивих жінок та відомих спортсменів зовсім неприваблива для ведення бізнесу та спрямування інвестиційних потоків. Серед причин такої ситуації експерти наголосили на відсутності державної стратегії формування привабливого іміджу та низький рівень фінансування окремих іміджевих заходів, внутрішню нестабільність у всіх сферах та негативний контекст іноземних інформаційних потоків про Україну.

Одним з найбільш поширених засобів моніторингу іміджу держави є моніторинг висвітлення державної тематики у закордонних мас-медіа. В контексті формування іміджу держави в умовах інформаційного суспільства, ЗМІ (електронні, друковані, телебачення) виступають основним каналом трансляції іміджу до реципієнта. Виходячи з цього, більшість країн вважають медіа-менеджмент головним засобом формування привабливого іміджу.

За останні роки проблема формування іміджу України в іноземних мас-медіа є предметом наукового аналізу. Велика кількість проведених досліджень пропонує аналіз іміджу за різний відрізок часу – від одного місяця до декількох років. Науковий інтерес українських дослідників спрямований переважно на англомовні та російські засоби масової інформації. Це легко пояснюється двома факторами: широкою світовою аудиторією англомовних ЗМІ та великим інформаційним впливом російських ЗМІ в країнах СНД.

Один з перших фундаментальних та комплексних аналізів іміджу України в іноземних ЗМІ провів Український центр імені О. Разумкова (УЦЕПД) в 2000 році, результати якого продемонстрували, що Україна не дуже часто привертає увагу впливових іноземних мас-медіа. На їхній погляд, це нормальне явище з огляду на роль і місце України у світі, її обмежений вплив на глобальні світові процеси. Той факт, що українська проблематика рідко виходить на перші сторінки відомих газет, є не лише свідченням незначного інтересу до нашої держави. Це також підтвердження певної стабільності українського суспільства, його поступального розвитку.

Проведений аналіз матеріалів закордонних мас-медіа дозволив дослідникам УЦЕПД зробити певні висновки. По-перше, уявлення про Україну в світі є досить поверховими і фрагментарними; повідомлення ЗМІ негативно впливають на міжнародний імідж України. По-друге, більшість критичних матеріалів віддзеркалюють проблемні питання нашої країни і цілком відповідають дійсності. Незначна частина повідомлень негативного характеру зумовлена суб'єктивними чинниками (усталені стереотипи сприйняття України, власна позиція автора, орієнтація на інтерес масового читача). По-третє, негативні матеріали закордонних мас-медіа нерідко ґрунтуються на фактах і оцінках, запозичених у вітчизняних мас-медіа. Нарешті, негативні оцінки закордонних ЗМІ активно використовуються у боротьбі політичних сил усередині України (окремі публікації, ймовірно, ініціюють саме українські політики або групи впливу). Інформаційні кампанії, що проводяться через західні і російські ЗМІ, не завжди сприяють політичній стабільності в Україні [6].

Моніторинг української тематики в іноземних ЗМІ був також проведений на базі Києво-Могилянської академії. Українська дослідниця Є. Дзюба зазначає, що, беручи до уваги характер інформації у закордонних медіа-повідомленнях, Україна постає як країна «пострадянська», як територія «сірої зони», що перебуває між Росією та Європейським Союзом. «До того ж вона ображена новим світопорядком, за яким їй не знайшлося місця в Європі. Якщо ж говорити про внутрішнє життя, то для іноземних оглядачів наша країна демократично недосконала (позбавлена свободи слова)

та надзвичайно корумпована, що, в свою чергу, заважає утриманню її «крихкої» незалежності. У нечастих повідомленнях про суспільне життя українців на перший план постає загрозлива тенденція щодо поширення СНІДу, а також інформація про торгівлю українськими людьми та нелегальну міграцію наших співгромадян» [4].

Фундаментальний моніторинг іміджу України в англомовних друкованих ЗМІ був проведений українською дослідницею О. Бойко в рамках дисертаційного дослідження. Методом контент-аналізу було досліджено зміст 547 повідомлень на українську тематику у найвпливовіших американських та британських періодичних виданнях за період з 1 січня 2000 р. по 31 березня 2001 р. Саме цей відрізок часу дослідниця обрала з огляду на те, що, за твердженнями багатьох західних аналітиків, 2000 рік кардинально змінив український політичний та економічний ландшафт, і відбулася остаточна кристалізація стереотипних уявлень західних ЗМІ про Україну.

У ході дослідження підтвердилися такі гіпотези:

- 1) імідж України, який формується зарубіжною пресою, є переважно негативним;
- 2) у публікаціях висвітлено здебільшого негативні сторони життя українського суспільства;
- 3) головним об'єктом критики англомовних ЗМІ є президент України;
- 4) образ України залежить від того, на які джерела посиляється автор публікації;
- 5) зміни образу України залежать від часу подання матеріалу.

Показово, що англомовна преса Великої Британії та США за увесь 2000 р. присвятила Україні менше статей, ніж за перший квартал 2001 р. (винятково багатий на гучні скандальні події) – 227 проти 320. Водночас, на відміну від негативного образу України як держави, імідж українців, що формується зарубіжною пресою, не є негативним. Навпаки, найчастіше йдеться про дуже талановитих, освічених людей та націю, що постраждала від Чорнобильської катастрофи. Українців також вважають звичайною європейською нацією з усіма позитивами і недоліками та політично активними людьми.

На непривабливий образ України впливає не так внутрішня негативна інформація, яка подається у наших мас-медіа й передруковується або повторюється у зарубіжній періодиці та електронних ЗМІ, як ті причини, що її породжують. Процес П. Лазаренка (колишнього прем'єр-міністра України), вбивство Г. Гонгадзе (українського журналіста), «касетний скандал», діяльність української мафії за кордоном, знищення Збройними Силами України російського пасажирського літака – все це окремі віхи вкрай напруженого, складного внутрішньополітичного становища нашої країни. Ще одна з головних причин недовіри до України



західного світу, а тому й іноземного інвестора, полягає у його слабкій поінформованості про нашу країну, зазначає дослідниця [1].

Один з останніх моніторингів іміджу України в іноземних ЗМІ був проведений компанією Bohush Communications. У рамках дослідження було проаналізовано близько 100 статей у впливових міжнародних медіа про результати виборів в Україні з 7 до 20 лютого 2010 року. У підсумку було визначено кілька тенденцій. По-перше, всі впливові міжнародні ЗМІ відзначили те, що вибори відбулися і були чесними, В. Януковича було обрано демократичним шляхом. Тобто здобутки «Помаранчевої революції» перейшли в практичну площину. Україна виглядає демократичною країною, яка змогла забезпечити вільні і прозорі вибори, що є безперечно позитивним фактом. По-друге, переважна більшість медіа згадали кримінальне минуле В. Януковича, що не вдалося приховати від міжнародних ЗМІ. По-третє, було відзначено невизначеність зовнішньої політики України та її пріоритетів. Усі очікують перших дій нового глави держави для актуалізації курсу України в майбутньому та зрозумілих кроків у реформах [7].

Таким чином, усі представлені моніторинги демонструють переважно негативне висвітлення української тематики в іноземних ЗМІ. З огляду на ці обставини, іноземні мас-медіа формують негативний імідж нашої країни в очах світової аудиторії. Ситуація погіршується неспроможністю України відповідати на інформаційні загрози.

Ще одним вагомим аргументом на користь наукової гіпотези, що імідж України загрожує її національним інтересам, є вивчення оцінки, наданої міжнародною експертною спільнотою в світових рейтингах. Аналіз позицій України був проведений за такими напрямками: економічні показники (конкурентоспроможність, інвестиційна привабливість, боротьба з фінансовою кризою, відкритість економіки тощо), політика (рівень демократії, свободи преси), соціальний аспект (рівень життя, соціального захисту).

В 2009 році Україна увійшла до списку найбільш ризикових для інвесторів країн. Дослідження лондонської компанії Credit Market Analysis продемонструвало, що найбільший ризик для інвестицій створюють державні облігації України, Аргентини, Венесуели, Казахстану, Лівану, Росії. Так, у 2010 році Україна не потрапила до списку інвестиційно привабливих країн, який склала авторитетна в бізнесових колах міжнародна консалтингова компанія AT Kearney Foreign Direct Investment Confidence Index. У світовому рейтингу економічних свобод «Index of Economic Freedom 2010», підготовленому Heritage Foundation The Wall Street Journal, Україна посідає 162-ге місце з 183 можливих. Автори рейтингу оцінили

рівень економічних свобод в Україні в 46,4 пункту – на 2,4 нижче, ніж минулого року.

Найвищим показником є рівень прозорості оподаткування (77,9 пункту), найнижчим – рівень інвестиційних свобод (20 пунктів). Слід підкреслити, що Україна на останньому місці серед країн Європи, а загальна оцінка набагато нижча, ніж середні світові показники. При цьому Україна посідає 6-те місце в рейтингу країн з найбільшою кількістю економічних злочинів, який склала аудиторська компанія PricewaterhouseCoopers. За рівнем корумпованості в 2009 році Україна посіла 146-те місце у рейтингу Transparency International, значно погіршивши свої позиції у порівнянні з попередніми роками. Чим нижче місце, тим вищий рівень корупції.

«Політична нестабільність в Україні призвела до політичної корупції, в якій задіяні публічний та приватний сектори, що супроводжується високим рівнем терпимості серед громадян до такої практики і призводить до негарної картини», – зазначається в поясненні до рейтингу. Україна розділила 146-те місце з Росією, Зімбабве, Кенією та Камеруном. Transparency International виходить з широкого розуміння слова «корупція», включаючи в це поняття також «надмірні виплати, непрозорі фінансові структури й офшори».

В доповіді Світового економічного форуму щодо стимулювання світової торгівлі 2009 року, в основі якого покладений індекс відкритості національних економік, Україна посіла 71-ше місце. Росія в цьому рейтингу лише на 109-му місці з 121 можливого. Традиційно Форум складає також рейтинг конкурентоспроможності держав. У 2009 році серед 133 країн Україна опинилась лише на 82-й сходинці, знизивши свій рівень на десять позицій порівняно з 2008 (72-ге місце) та 2007 роком (73-ге). Спричинили таке падіння рейтингу порушення прав власності, залежність судової влади, а також нецільове використання бюджетних коштів та завелике обмеження фінансових потоків. Ускладнили ситуацію жахливий стан транспортних шляхів, організована злочинність та неефективна боротьба з нею.

У рейтингу сприятливих умов для ведення бізнесу Україна в 2009 році посіла 142-ге місце (з 183 можливих), який був традиційно складений Міжнародною фінансовою корпорацією (International Finance Corporation, IFC), що входить до групи Світового банку та інвестує приватний сектор. У такому ж рейтингу, складеному журналом Forbes, Україна опинилась на 97-му місці з 127, обігнавши Росію (103-ге місце). Основним критерієм у цьому рейтингу є проведення радикальних економічних реформ. Найважливішою для України має стати реформа оподаткування.

У світовому рейтингу простоти оподаткування, складеному Світовим банком та IFC, Україна має чи не найгірший показник –

181-ше місце у світі з 183. До трійки найгірших увійшли Україна, Білорусь та Венесуела. Українські бізнесмени мають сплатити 147 видів податків та витратити на це в середньому 736 годин на рік. При цьому слід зауважити, що IFC є однією з організацій Світового банку, який інвестує переважно приватний сектор. Це підкреслює важливість іміджу України в очах експертів – потенційних інвесторів.

Щодо оцінки політичної та соціальної ситуації, в 2009 році Україна посідає 61-ше місце в рейтингу привабливості країн. Рейтинг країн за рівнем привабливості (Legatum Prosperity Index) складається приватним інститутом Legatum у Дубаї (ОАЕ). Під час складання рейтингу враховується рівень економічного розвитку, рівень приватних свобод, якості життя тощо. Цей рейтинг охоплює країни, в яких проживає 90 % населення Землі. Поряд з Україною в рейтингу опинилися Сальвадор та Намібія, проте Україна обходить Росію (69-те місце) та Китай (75-те місце).

У рейтингу миролюбних країн світу (Global Peace Index Rankings) у 2009 році Україна посіла 82-ге місце зі 144. Для складання рейтингу враховували такі показники, як кількість співробітників правоохоронних органів на 100 тисяч мешканців, процент ув'язнених, рівень злочинності, доступ громадян до зброї, ставлення до прав людини, відносини з сусідніми країнами тощо. Цікавим є той факт, що на одну позицію нижче за Україну розташовані США. Найбільш миролюбною країною визнана Нова Зеландія, а найбільш войовничими – Афганістан та Ірак. У 2008 році Україна в цьому рейтингу посідала 84-те місце, а в 2007 році – 80-те.

У 2009 році Україна посіла найгірше за останні десять років місце в рейтингу демократії, який складає американська неурядова організація Freedom House. У доповіді «Країни перехідного періоду – 2009» мова йде про погіршення позицій України за такими показниками, як виборчий процес, якість демократичного правління та незалежність судової влади. Інші показники, як розвиток громадянського суспільства, засобів масової інформації, місцеве демократичне правління та рівень корупції, залишилися на стабільно низькому рівні. В доповіді також зазначено, що влада України не зуміла скористатися довірою громадян, які піднялися на «кольорові революції», задля покращення умов демократичного правління, боротьби з корупцією та налагодження відповідальної системи судочинства.

В рейтингу ООН «Найкращі країни для проживання» Україна входить до групи держав із середнім рівнем розвитку. В цю категорію входять також країни СНД: Вірменія, Азербайджан, Грузія, Молдова, Туркменістан, деякі країни Африки та Азії. Індекс

розвитку людського потенціалу, покладений в основу рейтингу ООН, включає багато факторів: середня очікувана тривалість життя (в Україні – 68,2 роки, тоді як у Норвегії, що посідає перше місце, – 80 років), доступ населення до чистої питної води, рівень населення за загальною межею бідності – ті, що витрачають менше 2 доларів США на день, рівень народжуваності (1,3 дитини на 1 жінку в Україні), рівень загальної грамотності (дуже високий в Україні – 99,7% населення після 15 років).

Цікавими є позиції України в рейтингу свободи преси, що традиційно складає організація «Репортери без кордонів». У 2009 році в цьому рейтингу Україна посіла 89-те місце, що на дві позиції нижче, ніж 2008 року. Серед позитивних тенденцій експерти зазначили подальше розслідування вбивства Г. Гонгадзе, однак звернули увагу на тривожні тенденції – цензуру та напади на журналістів. Загалом, ситуацію в Україні щодо свободи преси вони охарактеризували як стабільну. Серед пострадянських держав краща ситуація лише в Грузії, а Росія опинилася на 153-му місці.

Також вартий уваги рейтинг розвитку телекомунікацій, який складає Міжнародний телекомунікаційний союз ООН. Так, у 2009 році Україна посіла 50-те місце із 159. Два роки тому вона була на 59-й сходинці. Покращила свої позиції Україна саме через розвиток мобільної мережі. Аналітики та дослідники, що займаються проблемою іміджу держави, роблять високі ставки на проведення «Євро-2012» в Україні як на вагомий крок на шляху покращення іміджу української держави.

Отже, Україна сьогодні має не найкращий світовий рейтинговий імідж. Така ситуація стоїть на заваді формуванню партнерських стосунків з країнами Європейського Союзу, залученню іноземних інвестицій та веденню національного бізнесу за кордоном [11].

Таким чином, дослідження міжнародного іміджу України, проведене за трьома напрямками (вивчення експертної оцінки, порівняння результатів моніторингів ЗМІ та аналіз рейтингового іміджу України), дозволяє зробити висновки, що сучасний імідж нашої країни перешкоджає реалізації національних інтересів та створює, в певних сферах, загрозу національній безпеці. Поглиблює проблемність ситуації відсутність державної інформаційної та іміджевої стратегії на міжнародній арені, а також зволікання з проведенням радикальних внутрішньополітичних та соціально-економічних реформ.

1. Бойко О. В. Зовнішньополітичний образ України та чинники його формування в друкованих англомовних ЗМІ в умовах трансформації суспільства [Текст]: автореферат дисертації канд. пол. наук 23.00.02 / НАН України. – Київ, 2001. – 22 с. 2. Гнатюк

С. Формування позитивного міжнародного іміджу Української держави в інформаційному просторі [Текст]: аналітична записка [Електронний ресурс] / Сергій Гнатюк. – Національний інститут стратегічних досліджень – Київ, 2009. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/Monitor/December2009/02.htm>. – Назва з титул. екрану.

**3.** Жуган А. Украина: страна без имиджа [Электронный ресурс] / Жуган Александр. – Информационно-аналитическое агентство МИК, Август, 2007 – Режим доступу: [http://www.iamik\\_](http://www.iamik_) – Назва з титул. екрану.

**4.** Зубик О. Імідж України: погляд з-за меж [Електронний ресурс] / Зубик Ольга. – Всеукраїнська експертна мережа. Режим доступу: [http://experts.in.ua/baza/analitic/index.php?ELEMENT\\_ID=11063](http://experts.in.ua/baza/analitic/index.php?ELEMENT_ID=11063). – Назва з титул. екрану.

**5.** Імідж України в сучасному контексті [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mincult.kmu.gov.ua/mincult/uk/publish/article/151966;jsessionid=896623F1224460EF0765291DE25A03DE?mustWords=інф&searchPublishing=1>. – Назва з титул. екрану.

**6.** Міжнародний імідж України: міфи та реальі [Текст]: аналітична доповідь / Національна безпека та оборона, №3, 2000 – 42 с.

**7.** Міжнародний імідж України: проблеми та перспективи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ukrslovo.org.ua/index.php?option=com\\_content&view=article&id=612:2010-02-25-08-11-35&catid=16:2009-05-27-16-22-08&Itemid=36](http://ukrslovo.org.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=612:2010-02-25-08-11-35&catid=16:2009-05-27-16-22-08&Itemid=36). – Назва з титул. екрану.

**8.** Ормоцадзе М. Взгляд снаружи [Электронный ресурс]. / Маргарита Ормоцадзе. Журнал «Власть денег». – Апрель, 2009, №221. – Режим доступу: [www.vd.net.ua/rubrics-3/13709/](http://www.vd.net.ua/rubrics-3/13709/). – Назва з титул. екрану.

**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-%](http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=554-2009-%). – Назва з титул. екрану.

**10.** Morgenthau H. Politics among Nations: The Struggle for Power and Peace. N – Y, Knopf, 1967. P. 3-21.

**11.** Рейтинги країн за матеріалами офіційного сайту видання «Фокус». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.focus.ua](http://www.focus.ua).