

яких - головна задача соціального управління; у формі переходу соціальної відповідальності із зовнішнього детермінанта поведінки й діяльності у внутрішній спонукальний компонент психологічної структури особистості, перетворення соціальної відповідальності в потребу кожного члена суспільства.

3. Стратегічна задача прискорення соціально-економічного розвитку українського суспільства зумовлює необхідність реформування всієї сукупності суспільних відносин. А якщо суб'єктом суспільних відносин є особистість, то процес охоплення кожного члена суспільства в усіх підсистемах новими, відповідними потребам соціального прогресу, відповідальними зв'язками, процес перетворення цих зв'язків відповідальності у всезагальність, тотальність буття людей являє собою тим самим процес реформування суспільних відносин. Із розуміння структури як сукупності сталих зв'язків об'єкта, які забезпечують цілісність і тотожність самому собі, випливає, що перетворення в соціальну практику нової

системи відповідальності є засобом (умовою) реформування суспільства з метою досягнення якісно нового рівня життя всіх громадян України.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Конституція України. - Харьков : Парус, 2005. - 64 с.
2. Головатий М. Ф. Соціологія політики / М. Ф. Головатий. - К. : МАУП, 2003. - 504 с.
3. Голоवेशко Л. М. Традиції, звичаї та побут українських козаків. XV-XXI / Л. М. Голоवेशко. - Маріуполь, 2009. - 168 с.
4. Кононенко П. П. Національна ідея, нація, націоналізм : [монографія] / П. П. Кононенко. - К. : МАУП, Міленіум, 2006. - 358 с.
5. Плахотный А. Ф. Проблема социальной ответственности / А. Ф. Плахотный. - Харьков : Вища шк., Изд-во при Харьк. ун-те, 1981. - 192 с.
6. Шибко О. І. Соціальні принципи, закони і норми як система соціальної відповідальності / О. І. Шибко // Схід. - 2009. - № 4 (95). - С. 117-121.

O. Shybko

ESSENCE OF THE UKRAINIAN NATIONAL IDEA

In the article the civilisation history is researched as history of development of forms of social responsibility. On the basis of a responsible approach the motto of the Ukrainian national idea is offered: "We are responsible for the freedom, unity and social progress".

Key words: freedom, social responsibility, a social principle, the Ukrainian national idea.

© О. Шибко

Надійшла до редакції 19.05.2011

УДК 32.327

ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНОГО ІМІДЖУ УКРАЇНИ В ЗАХІДНОМУ СВІТІ (НА ПРИКЛАДІ ПОЛЬЩІ)

ГАННА ЛАВРИНЕНКО,

Донецький національний університет

У статті проаналізовано міжнародний імідж України, етапи, способи та засоби його формування, сприйняття його міжнародною спільнотою, зокрема Польщею, обґрунтовано заходи з його вдосконалення. Показано, що результати дослідження формування іміджу України в Польщі можуть бути основою теорії створення позитивного іміджу української держави та дозволяють реалізувати науковий підхід до вирішення практичних завдань зміцнення репутації країни, поліпшення її іміджу на міжнародній арені.

Ключові слова: імідж держави, євроінтеграція, стереотип, маніпуляція, PR-кампанія.

Постановка проблеми визначається назрілою потребою: осмислення причин зміни сприйняття українською й міжнародною громадськістю іміджу України в бік погіршення; теоретичного обґрунтування необхідності цілеспрямованого позитивного впливу на процес формування міжнародного іміджу держави; розробки шляхів і механізмів формування позитивного міжнародного іміджу України; здійснення теоретично обґрун-

тованих практичних заходів з метою формування позитивного міжнародного іміджу сучасної України як необхідної умови інтеграції нашої країни у світове співтовариство як його повноправного члена.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У другій половині XX століття категорія "імідж", яка відбиває специфічний феномен духовного життя суспільства, береться на озброєння політологією. Най-

№ 4 (111) травень-червень 2011 р.

важливішою віхою на шляху становлення іміджології стала робота "Імідж, або Що трапилося з американською мрією" [1], у якій Д. Бурстін, задавшись питанням про причини й способи його формування та вплив на маси людей і на окремих індивідів, поклав початок цілому напрямку теоретичних й емпіричних досліджень. Одним із результатів стала поява нової дисципліни - Паблік Рілейшенз [2], класичний виклад основ якої належить колективу авторів на чолі зі Скоттом Катліпом [3]. Практичним застосуванням накопичених знань стала тепер уже добре налагоджена індустрія іміджування, що отримала поширення спочатку в США, а потім і в Західній Європі.

На тлі такого стрімкого розвитку теорії й практики іміджування на Заході вітчизняна політична наука, вкладає в тверді рамки марксистського формаційного підходу, який підкреслював визначальну роль одноманітних народних мас у політичному процесі, не допускала думки про конструктивний аналіз феномена іміджу. Дозволялося лише під захистом рубрики "критика буржуазної соціології, політології й інших теорій", залишаючись у рамках закордонного матеріалу, "критикувати" концепції західних учених із застереженням на специфіку відносин у суспільстві "загниваючого" капіталізму і його масової культури. Відповідно до такої ідеологічної й методологічної установки в СРСР у 1970-х роках у журнальних і рідше газетних публікаціях стали обговорюватися проблеми іміджу, але сама категорія споконвічно розглядалася як негативна, як маніпулятивний прийом буржуазної політики та засобів масової інформації, використовуваний із метою ідеологічної обробки масової свідомості людей. Подібне ставлення до іміджу аж ніяк не сприяло зростанню інтересу до нього з боку радянських учених. Лише на початку 90-х років минулого століття у зв'язку з процесами демократизації й гласності у вітчизняній політології з'явилася можливість відкрито обговорювати колись закриті теми. У науковій літературі різко зріс інтерес до проблем іміджу, пов'язаний з освоєнням і переосмисленням західних теоретичних робіт. Він виразився в лавиноподібному рості кількості публікацій: науково-аналітичних оглядів, перекладів оригінальних робіт закордонних авторів.

Важливим сьогодні є відображення іміджу України саме в очах Польщі, тому що вона є близьким сусідом і першим для нас радником у справах євроінтеграції.

Мета дослідження - виконати комплексний політологічний аналіз процесу формування іміджу України в західному світі, зокрема в Польській Республіці, з урахуванням сучасних реалій.

Виклад основного матеріалу. Завдання просування позитивного іміджу країни в сучасних умовах не можна вирішити методами "агітаційної пропаганди". Починати потрібно з національно-державної самоідентифікації.

Імідж держави - це сукупність емоційних і раціональних уявлень, що впливають із зіставлення всіх ознак країни, власного досвіду та чуток, що впливають на створення певного образу. Усі перераховані фактори дозволяють при згадуванні назви відразу ж вибудувати цілий ланцюг асоціацій стосовно певної країни. Від того, яким чином сформований і як просувається на зовнішньому ринку імідж, чималою мірою залежить становлення відносин цієї держави з іншими й перспективи її економічного розвитку.

Імідж країни - це комплекс об'єктивних взаємозалежних характеристик державної системи (економіч-

них, географічних, національних, демографічних тощо), що сформувалися в процесі еволюційного розвитку державності як складної багатофакторної підсистеми світового устрою, ефективність взаємодії ланок якої визначає тенденції соціально-економічних, суспільно-політичних, національно-конфесійних та інших процесів. Образ держави - це база, що визначає, яку репутацію має країна у свідомості своїх громадян і світової громадськості в результаті тих або інших акцій її суб'єктів, що взаємодіють із зовнішнім світом [4].

Позитивне сприйняття держави всередині країни й у світі є запорукою успіху глобальних політичних, соціальних та економічних рухів, якими, по суті, є реформи. Домінуючу роль відіграють не тільки прагматичні реформи в галузі економіки, а й оптимізація структури влади й управління. Важливо й те, який імідж здобуває держава, наскільки результативними є створені механізми соціально-психологічної мотивації та нейтралізації негативних умонастроїв, якщо такі є взагалі.

На формування образу України впливають три групи факторів:

1) природно-ресурсний потенціал; національна та культурна спадщина; постійні геополітичні фактори - географічне положення, площа території, довжина кордонів держави, вихід до морів; історичні події, що вплинули на розвиток української державності (завоювання, великі наукові й географічні відкриття), а також внесок видатних українців, погляд яких нерозривно пов'язаний з історією розвитку країни; базова форма державного устрою та структура управління;

2) соціально-психологічні настрої в українському суспільстві; форми суспільно-політичної інтеграції українців, структура, характер і принципи діяльності суспільно-політичних об'єднань України; моральні аспекти розвитку українського суспільства;

3) стабільність української економіки, яка оцінюється рівнем доходів на душу населення, обсягом залучених інвестицій, фінансовою забезпеченістю бюджетів усіх рівнів, гарантією прав і свобод господарюючих на українському ринку суб'єктів реального сектора економіки; правовий простір України та відповідність українських правових норм міжнародним вимогам; функції, повноваження й механізми державного регулювання різних галузей і сфер діяльності в українській державі (ефективність владної конструкції).

Історія наочно доводить, що тенденції, які тепер у конкретній країні оцінюються як сприятливі для її перспективного розвитку, в іншій країні й в інший час можуть сприйматися як негативні [5].

Відповідно до проведених аналітичних досліджень, немає у світі жодної країни, що не мала б проблем. Однак чомусь, попри те, що за рядом важливих показників деякі держави відстають від України, вони все-таки сприймаються у світі набагато більш позитивно. У той же час у більшості іноземців, що відвідали Україну, складається більш позитивне враження про нашу країну в порівнянні з тим, яке надають їм удома власні ЗМІ. Дослідження сприйняття України і її громадян іноземцями, проведене Міжнародною соціологічною асоціацією в країнах ЄС і США [6], показало, що українців сприймають як людей веселих (27%), освічених (16%), добрих (15%), у той же час країну, де вони живуть, вважають нестабільною, кризовою та корумпованою (62%). Вимальовується образ невдач, яких кидає з однієї кризи в іншу. У західних громадян це викликає жалість, у ділової та політичної еліти - роздратування. Це не кращий образ для держави.

Перш ніж починати будувати плани щодо створення світового інформаційного простору, Україні необхідно визначитися, чого саме вона хоче домогтися у формуванні уявлень про себе, створити у свідомості міжнародної громадськості адекватну картину української дійсності. У нинішніх умовах озвучені підходи можуть виявитися для країни згубними. У першому випадку закріпимо негативне сприйняття України, хоча й чесно відіб'ємо реальну внутрішню ситуацію. У другому - створимо оманливу видимість, що зруйнується при першому ж перетинанні українського кордону. Рекламні та PR-заходи можуть нанести шкоду, якщо вони не підкріплені реальними внутрішніми змінами в країні. Україні потрібно сформулювати прозору та зрозумілу платформу, що об'єднала б у єдиний значущий блок і PR-активність, і рекламу в ЗМІ. Разом із тим, вона не повинна вступати в протиріччя з досвідом, який приїжджає до нас закордонний громадянин почерпне всередині країни.

Формування іміджу - глобальне завдання, що складається з безлічі різних етапів і напрямків. Причому етапи формування бренду "Україна" і її іміджу нічим не відрізняються від етапів формування бренду будь-якого продукту. Кожна компанія починає формування лояльності до себе із власних співробітників. У зв'язку із цим найбільш актуальним на сьогодні кроком назустріч позитивному іміджу України за кордоном, на думку багатьох експертів, було б проведення інформаційно-освітньої роботи всередині країни, у першу чергу, щодо її зовнішньополітичного курсу розвитку. Спостерігаючи, як Україну кидає із Заходу на Схід і назад, іноземці не можуть сприймати нас серйозно.

Одне з основних очікувань, яке пов'язане за кордоном з нашим ім'ям, - це очікування інформації про реальні внутрішні зміни. Головну увагу варто звернути на ті загрози, які, на думку іноземців, відокремлюють нас від демократичного ідеалу [6]: політична та економічна нестабільність (43 % опитаних), корупційність державного апарату (22 %), неякісний менеджмент (23 %), відсутність правової культури (12 %). Якщо ми хоча б почнемо робити помітні рухи в напрямку подолання названих проблем, це вже стане приводом для початку іміджевої кампанії.

Розвиток репутації країни - пряий наслідок демонстрації та захисту національних інтересів. Саме навколо завдання формування репутації країни може й повинна відбутися консолідація суспільства. У минуле десятиліття в Україні розроблялися та реалізовувалися на державному рівні програми з просування іміджу України. Однак необхідно відзначити, що завдання це вирішувалося тільки в площинах зовнішньоекономічної взаємодії та підвищення інвестиційної привабливості України.

Важливо, що питання формування внутрішнього іміджу України були зовсім упущені. Однак без цієї складової неможливо просувати Україну за кордоном, а також постає питання про збереження держави як такої. Створення та просування образу, бренду України й територіальних брендів регіонів України є необхідною умовою підвищення рівня соціального самопочуття в українському суспільстві, від якого, в остаточному підсумку, залежить і позитивне світовідчуження громадян, і позитивний образ нашої країни у світі.

Варто виділити загальні принципи, на яких повинні ґрунтуватися всі кроки з формування та просування іміджу територій, та найважливіші напрямки, що також впливають із цих принципів [7]:

1) першочерговим є формування іміджу країни і її регіонів у свідомості самих українців. Необхідно розуміти, що те, як нас сприймають за кордоном, залежить від того, як ми самі сприймаємо себе й свою країну;

2) необхідно приділити особливу увагу формуванню патріотичної свідомості громадян України. Патріотичне виховання повинне вийти за рамки "клубів за інтересами" і сфери освіти, повинне проводитися системно та комплексно;

3) оскільки моральні аспекти розвитку українського суспільства є одним із найважливіших факторів формування образу країни, необхідно приділяти увагу створенню умов для відродження духовно-моральних цінностей; вихованню поваги до традицій, захисту суспільної моральності та сімейних цінностей;

4) ефективність влади та правового простору варто визнати найважливішими інституційними факторами формування образу України. Тому необхідно підвищувати ефективність державного управління, приділяти увагу зміцненню правових цінностей як основи сильної держави, уживати активних заходів із боротьби з корупцією на будь-якому рівні;

5) необхідно розробити та послідовно реалізувати принципи інформаційної політики держави, що враховує потреби в розвитку її репутації. Вирішального значення набуває ефективний інформаційний супровід діяльності органів влади України різного рівня. До основних напрямків можна віднести забезпечення інформаційної відкритості (організований доступ до оперативної інформації про діяльність органів влади); забезпечення ефективного інформаційного обміну між владними структурами, ЗМІ та громадськими організаціями; організацію заходів, що мотивують ЗМІ на публікацію матеріалів, які поліпшують імідж країни як усередині її, так і за кордоном (проведення конкурсних програм);

6) необхідно розробити таку концепцію подання України у світі, у якій є ідеї, що найбільш адекватно та вигідно представляють державу як культурно розвинену країну, наукового та технологічного лідера з давньою й багатою історією і великим майбутнім, країну, що відповідає умовам нової світової "економіки знань";

7) розвиток репутації України повинен стати загальнонаціональним завданням у тому розумінні, що ця робота повинна об'єднати зусилля держави, корпорацій, суспільних об'єднань і груп. Для ефективної координації цих зусиль необхідне створення спеціального інтелектуального центру, здатного розробити адекватну інформаційну політику та сприяти її реалізації.

Імідж держави формується на багатьох рівнях - це й дії органів влади, і міжнародні економічні відносини на рівні компаній, і поведіння українських громадян за кордоном. І який із цих рівнів важливіший - питання філософське. На нашу думку, найбільш значущий рівень - міжособистісне спілкування. Кожен із нас - посол бренду "Україна", наша поведінка свідчить про нашу країну.

Що стосується сильних і слабких сторін іміджу України, то наші сильні сторони - усе, що не стосується економіки й політики: культура, спорт, історія. У сучасному світі, який утомився від прагматичних цінностей суспільства споживання, ці речі важливі, особливо для молоді. Тобто при правильному підході об'єктивні переваги України можуть стати драйверами поліпшення іміджу. Але тільки якщо вдасться перебороти нашу загальну слабкість - відсутність патріотизму та невміння щиро пишатися своєю країною, навіть попри той стан,

до якого її довели власні правителі. Сигналом до світового співтовариства, який допоможе реально поліпшити імідж нашої країни є, насамперед, Євро-2012.

Для об'єктивної оцінки України як суб'єкта необхідно зробити ряд системних аналітичних досліджень [8, 9], що об'єктивізує основні напрямки для подальших аналітичних досліджень та стратегування. Для більш конкретизуючого аналізу іміджу необхідно розглянути фактори, які впливають на його складові частини. Фактори іміджу країни можна розділити умовно на:

1) зовнішні: зовнішня політика України, національні інтереси та пріоритети, членство в міжнародних організаціях, розвиток відносин зі стратегічними партнерами, інвестиційний клімат тощо;

2) внутрішні: добробут населення, дотримання конституційних прав кожного громадянина, рівень корупції, рівень злочинності, рівень тіньового сектора економіки, соціальне самопочуття тощо.

Також важливими є психологічні аспекти сприйняття позитивного іміджу України, зокрема: гордість за країну, бажання в ній жити, захищати, щастя, комфорт та проєкція свого майбутнього з країною. Ззовні це є зацікавленість країною, бажання приїхати до неї, робити в ній бізнес та вкладати кошти, комфорт і безпека, пов'язані з Україною.

Таким чином, одним з основних завдань є формування керованого образу України, здатного забезпечити потрібне сприйняття держави в громадян, у політичних інститутів закордонних країн, у їхніх господарюючих суб'єктів, у світової громадськості. Образ України має просувати ті чинники, які визначають їй гідне місце та роль у сучасному світі, поділеному на зони впливу, серед більш динамічних і прогресивно розвинених країн.

У сучасному світі погана репутація або взагалі її відсутність є вагомим мінусом для державної політики та для іміджу країни, яка прагне бути конкурентоспроможною на міжнародній арені. Досить важливим у процесі створення іміджу будь-якої країни є оцінка цього іміджу ззовні, тобто особливості зовнішнього іміджу. Адже саме враховуючи зауваження та побажання представників неукраїнської спільноти, можна визначити, над чим саме потрібно працювати в процесі іміджблдингу країни. Завдяки засобам масової комунікації (у тому числі й мережі Інтернет), держави отримали можливість краще пізнати себе, свій імідж, репутацію та ставлення до себе; нові можливості позиціонування та поширення необхідного іміджу.

Українськими експертами проводиться чимало моніторингових публікацій закордонних ЗМІ. Для прикладу наведемо витяги з оперативного моніторингу впливових міжнародних медіа 2010, які оприлюднені в електронних ресурсах відомої інформагенції "Українська Правда" (<http://blogs.pravda.com.ua/authors/bogush/4b843f0bd3e45/>):

"Говорячи про Україну, люди часто мають схильність згадувати Чорнобиль, інфляцію, виражену у двозначних цифрах, корупцію, мафіозні схеми. Однак варто було б також підкреслити силу громадянського суспільства, культурне життя, свободу слова, яку не можна порівняти зі свободою в інших пострадянських країнах, а також цю надзвичайну здатність, яку продемонстрував український народ останніми роками, мирним шляхом на політичній арені розв'язувати протиріччя і розбіжності. І справді, цей народ більше за будь-кого іншого в ХХ столітті дізнався, що означає насильство" (Le Monde diplomatique (Франція)).

"Україна залишається кращою та більш цивілізованою країною, ніж була до революції. Преса - вільніша, громадяни - впевненіші в собі. Проте цього досяг "помаранчевий" натовп, а не політики, яких вони колись вознесли" (The Economist (Велика Британія)).

"Україна залишається слабкою демократією, до того ж ця країна вже тривалий час переживає справжній економічний занепад" (Polska (Польща)).

"Політична нестабільність в Україні призвела до політичної корупції, у якій задіяні публічний та приватний сектори, що супроводжується високим рівнем терпимості серед громадян до такої практики, і в цілому призводить до негарної картини" (Transparency International).

"І в багатьох інших відношеннях Україна знаходиться на розпутьті. Помаранчева революція, можливо, й стала минулим, але її спадок ще не раз дасть про себе знати; не варто забувати її досягнень, а краще, спираючись на них, рухатися вперед. Перед керівниками й політичною елітою України стоїть завдання: створити клімат політичної й економічної стабільності, виправдати сподівання свого багатотраждального населення, досягнувши відчутних результатів замість продовження руйнівних сутичок, що струснули країну ("EurActiv", (Великобританія)).

Уявлення іноземних журналістів про нас є похвальними й переважно необ'єктивними.

Західноєвропейські ЗМІ приділяють дещо більшу увагу науково-технічним розробкам українських учених, які можуть скласти гідну конкуренцію американським проектам. Однак вони не забувають згадувати про українську злиденність та про наступи влади на свободу слова.

Значно привітніше ставляться до України ЗМІ Центрально-Східної Європи. Вони, і в першу чергу поляки, визнають важливість нашої держави для стабільності центральноєвропейського регіону. Проте й тут можна знайти чимало статей про українську мафію та про поневір'яння українських нелегальних мігрантів. Не ображають неухвагою нашу країну й сусіди-росіяни. У більшості центральних російських ЗМІ регулярно з'являються статті, присвячені Україні, проте ці публікації відбивають усю складність україно-російських відносин. Хоча серед них трапляються й позитивні матеріали, у більшості статей Україна постає як держава політично й економічно залежна від Росії, проте із неабиякими амбіціями.

Отже, хоча іноземна преса й бачить значний науково-технічний потенціал України, уважає нас країною з багатими ресурсами (як природними, так і людськими), проте ми видаємося неспроможними належним чином розпорядитися своїми ресурсами.

Виходячи з характеру інформації в закордонних пресових повідомленнях, ми бачимо Україну як країну "пострадянську", як територію "сірої зони", що перебуває між Росією та новорозширеним 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, у свою чергу, заважає утриманню її іще "крихкої" незалежності. У нечестих повідомленнях про суспільне життя українців на перший план виходить загрозлива тенденція щодо розповсюдження СНІДу, а також інформація про торгівлю українськими людьми та нелегальну міграцію наших співгромадян.

Дзеркало нашого закордонного іміджу не одне, їх багато, оскільки для кожної країни ми цікаві чимось іншим. Зрозуміло, чому американці виявляють підвищений інтерес до нашого військово-промислового комплексу та піратства відео- та аудіопродукції, німці - до частки відшкодувань українським гастарбайтерам часів Другої світової, росіяни - до системи транспортування енергоносіїв, а поляки - до українських заробітчан у Польщі. Прикро, що нас загалом бачать однобоко, крізь призму старих та нових стереотипів.

Серед факторів, які найбільш активно впливають на формування міжнародного іміджу України, польські експерти визначили такі: політична обстановка; дипломатичні відносини; українське громадянське суспільство; ЗМІ; зовнішньоекономічна діяльність; українські діаспори; українська політична та економічна еліта.

На думку польських експертів, вплив українських громадських організацій і PR-агентств на формування міжнародного іміджу України незначний. Це не тільки питання недостатньої активності з боку українських ЗМІ та громадських організацій, а незначна розвиненість цих важливих інститутів громадянського суспільства в Україні [10].

Польські оцінки факторів, що негативно впливають на міжнародний імідж України насправді збігаються з оцінками міжнародних організацій - аналітичних центрів та більшості ЗМІ. Безліч негативних чинників стали традиційними для України. На жаль, вони стають несприятливим для нашої країни стереотипом. У першу чергу, польські експерти називають корупцію в органах влади, низький рівень економічного розвитку та недостатній прогрес економічних реформ, низький рівень життя населення й злочинність, низький рівень послуг для іноземців в Україні. А такі фактори, як поведінка українців за кордоном або порушення прав людини в Україні, менш важливі для польських експертів.

Серед негативних факторів, що впливають на міжнародний імідж України, польські експерти виділяють традиційні: корупція; проблема Чорнобиля; невиконання міжнародних зобов'язань.

Позитивними факторами є присутність України в Раді Безпеки ООН; співпраця з європейськими та євроатлантичними структурами, а також підтримання Україною мирної міжнародної обстановки.

Польські експерти також пропонують початкові кроки, які, на їхню думку, покращать міжнародний імідж України. Переважна більшість політологів вважають, що активізація економічної реформи має стати пріоритетом для української політичної еліти. Наступним етапом повинна стати активізація боротьби проти корупції й злочинності, а також підвищення ефективності ведення зовнішньої політики та розвитку послуг для іноземних громадян як важливого чинника у формуванні позитивного іміджу України.

Серед факторів, які не сприяють формуванню позитивного іміджу України в поляків, більшість експертів виділяють такі: інформованість про українську обстановку, економічна залежність від Росії, невідповідність зовнішньополітичного курсу уряду України і повільний рух України в Європу. Також були виділені такі чинники, як поведінка українців у Польщі, попередні конфлікти у двосторонніх відносинах і проблеми етнічних поляків України, трудова міграція українців до Польщі і якість товарів, що імпортується з України [11]. Усі вони негативно впливають на відносини між двома сусідніми державами.

Що стосується нинішньої ситуації в Україні, то в очах польських експертів вона постає здебільшого з негативного боку.

Висновки

1. Якщо підсумувати вищевикладене, то Україна виглядає як слабка держава із численними внутрішніми проблемами. Можливо, з цієї причини ставлення поляків до українських громадян дуже суперечливе. 27 % опитаних вважають, що поляки ставляться до українців на рівних, 38 % продемонстрували байдуже ставлення до українців і майже третина (29 %) вважають, що ставлення до українських громадян як "людей другої швидкості" переважає в Польщі [12].

2. Польські експерти вважають, що поліпшення міжнародного іміджу України буде залежати від ефективних дій влади України в таких сферах, як активізація економічної реформи, боротьба з корупцією й злочинністю й упровадження більш ефективної зовнішньої політики.

3. Діяльність політичної еліти України в польському напрямку одержала високу оцінку експертів. Вони позитивно оцінили динаміку українсько-польських двосторонніх відносин, а також вказали на доброзичливе ставлення польських ЗМІ до України.

4. Результати дослідження формування іміджу України в Польщі можуть бути основою теорії створення позитивного іміджу української держави та дозволяють реалізувати науковий підхід до вирішення практичних завдань зміцнення репутації країни, поліпшення її іміджу на міжнародній арені.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Бурстин Д. Имидж / Д. Бурстин. - М., 1993. - С. 45-53.
2. Блек С. Паблик рилейшенз. Что это такое / С. Блек. - М., 1990. - С. 15-32.
3. Cutlip S. M. a.o. Effective public relations / S. M. Cutlip. - Englewood Cliffs, 1994. - P. 14-23.
4. Браун Л. Имидж - путь к успеху / Л. Браун. - СПб., 1996. - С. 34-52.
5. Плотников Н. С. "Русский жанр" в немецкой прессе / Н. С. Плотников // Отечественные записки. - 2003. - № 3. - С. 3-12.
6. Країна як бренд. Національний бренд "Україна" [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.niss.gov.ua/book/StrPryor/9/30.pdf>.
7. Шашлов М. Н. Политический имидж как актуальный предмет исследования / М. Н. Шашлов // Актуальные проблемы политологии : сб. науч. работ студентов и аспирантов Российского университета дружбы народов / [отв. ред. В. Д. Зотов]. - М. : МАКС Пресс, 2001. - С. 84-92.
8. Яким є міжнародний імідж України сьогодні / Всеукраїнська громадська Місія "Україна-відома" [Електронний ресурс]. - Режим доступу : www.ukrcognita.com.ua.
9. The Policy of Ukraine towards the BSEC and the Black Sea Region / Unfolding the Black Sea Economic Cooperation: view from region. - Athens, ICBSS, xenophon paper № 2. - 2007. - P. 141-157.
10. Targalski J. Polacy wobec kwestii wschodniej / J. Targalski // Niepodleglosc. - 1983. - Numer 18-19. - S. 47-63, 31-40.
11. Zychowicz P. Polska pomoc dla swiata / P. Zychowicz // Rzeczpospolita. - 25.08.2006.
12. Pawlicki J. Os Waszyngton - Berlin - Warszawa w sprawie polityki wschodniej UE / J. Pawlicki // Gazeta Wyborcza. - 5.10.2006.

Н. Lavrynenko

FEATURES FORMATION OF INTERNATIONAL UKRAINE'S IMAGE IN POLISH SOCIETY

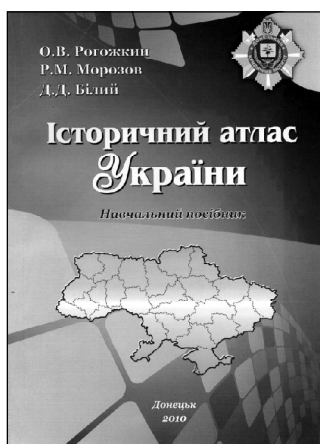
In the article examines Ukraine's international image, the stages and means of its formation, the perception by the international community, in particular Poland, measures to improve it are founded.

Key words: image of the State, European integration, the stereotype manipulation, PR-campaign.

© Г. Лавриненко

Надійшла до редакції 25.05.2011

РОГОЖКИН О. В. ІСТОРИЧНИЙ АТЛАС УКРАЇНИ : [НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК] / О. В. РОГОЖКИН, Р. М. МОРОЗОВ, Д. Д. БІЛИЙ. – ДОНЕЦЬК : ДЮІ ЛДУВС ім. О. Є. ДІДОРЕНКА, 2010. – 140 с.



Розвиток України як незалежної держави поставив істориків перед необхідністю створити цілу низку підручників та навчальних посібників, які повинні забезпечити все зростаючий попит навчальних закладів, всіх, хто цікавиться вітчизняною історією. На жаль, далеко не всі навчальні посібники, які побачили світ за останні два десятиріччя, відповідали цьому завданню. Зазвичай, головними

вадами таких видань були незбалансованість матеріалу, поверховість, перебільшена увага до одних тем і недостатня до інших, перенавантаження фактологічного матеріалу за рахунок необхідного аналізу тощо. Ще одним суттєвим недоліком більшості навчальних посібників, на наш погляд, була недостатня кількість, а здебільшого і повна відсутність наочних матеріалів - ілюстрацій та історичних мап, які відіграють важливу роль у формуванні візуального образу минулого, полегшують сприйняття матеріалу та є вкрай необхідними для орієнтації у історичному просторі.

Оптимальне сприйняття історичного минулого неможливе без його візуалізації та процесу створення певної ментальної картографії, адже намагання орієнтуватися у конкретних історичних подіях, спираючись лише на сучасні політичні мапи, значною мірою спрощує, навіть спотворює, розуміння реалій минулих століть, знищує відчуття історії як динамічного процесу, однією з ознак якого є, зокрема, зміни історичних кордонів, трансформація історико-географічних регіонів, піднесення та занепад ареалів певних політичних та культурних центрів.

Вочевидь, вищенаведені міркування і спонукали співробітників кафедри українознавства Донецького юридичного інституту підготувати навчальний посібник з історії України - "Історичний атлас України", який значною мірою виправляє відсутність історичних мап у подібних виданнях. В основу навчального посібника покладено вимоги державного стандарту вищої освіти Міністерства освіти і науки України для викладання курсу "Історія України".

За своєю структурою навчальний посібник складається з тем, які послідовно знайомлять осіб, що

навчаються, з основними періодами та подіями в історії України, починаючи від найдавніших часів до сьогодення. Головними темами при висвітленні історії України автори обрали наступні ключові періоди вітчизняної історії: Найдавніше населення на території України. Київська Русь; Україна в складі Великого Князівства Литовського та Речі Посполитої; Українська національно-визвольна війна 1648 - 1657 років. Українська козацька держава XVIII ст.; Українські землі в XIX - на початку XX ст.; Українська національно-демократична революція 1917-1921 років.; Україна в міжвоєнний період; Україна в роки Другої світової війни; Україна в 1945 - 1985 роки; Незалежна Україна в контексті історії сучасного світу.

Кожна тема має декілька підрозділів та супроводжується відповідними історичними мапами (всього їх в навчальному посібникові "Історичний атлас України" більше сорока), які надають можливість побачити тогочасні політичні кордони, історико - географічні регіони, перебіг подій, що відбувалися на певній території.

Кожна з навчальних тем подається в такій послідовності: назва теми, план викладення теми, план-конспект змістової частини теми, історико-географічні карти, тренувальні вправи та завдання для самоконтролю, джерела та література до теми.

У цілому, необхідно визначити вдало та виважено структуру навчального посібника, його змістовність та певну концептуальну послідовність авторів, які орієнтувалися у підготовці "Історичного атласу України" на останні досягнення вітчизняних та зарубіжних дослідників. Автори не оминають гострих дискусійних питань, орієнтують читача на сучасну історичну літературу та вміння самостійно орієнтуватися у гострих історичних дискусіях, які ставить перед нами сьогодення.

Навчальний матеріал, який представлений у "Історичному атласі України", дозволить всім бажаючим ознайомитися з основними процесами та подіями вітчизняної історії, стане в нагоді студентам у підготовці до семінарських занять, забезпечить якісну підготовку до складання іспиту.

Необхідно визначити, що автори вповні виконали своє завдання - підготували якісний, змістовний та цікавий навчальний посібник, який зробить свій корисний внесок у вдосконалення викладання історії України у вищих навчальних закладах.

І. Я. Тодоров,

доктор історичних наук, професор
Донецького національного університету

№ 4 (111) травень-червень 2011 р.