

7. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо посилення відповідальності військовослужбовців та деяких інших осіб: Закон України від 16 березня 2017 р. № 1952-VIII. *Відомості Верховної Ради України*. 2017. № 17. Ст. 205.

8. Снігерьев О. П. Адміністративно-правове забезпечення дисциплінарної відповідальності працівників та військовослужбовців державної прикордонної служби України. *Право.іа*. 2017. № 2. С. 26–30.

9. Полякова О. С. Адміністративна відповідальність військовослужбовців Збройних сил України. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного ун-ту*. Сер. Юриспруденція. 2014. № 9(2). С. 101–103.

10. Ткаченко О. Г., Олійник В. С., Клименко С. В. Адміністративна відповідальність військовослужбовців за військові правопорушення *Науковий вісник Херсонського державного ун-ту*. Сер. Юридичні науки. 2015. № 3(2). С. 164–167.

УДК 327 (477):17.022.1(045)

ІМІДЖ УКРАЇНИ У КОНТЕКСТІ МІЖНАРОДНИХ РЕЙТИНГІВ

К. І. Котляр, Т. Л. Нагорняк

Анотація. У статті розглянутий міжнародний імідж України, сформований на підставі аналізу відкритих даних міжнародних рейтингових вимірів. На думку автора, уявлення про унікальність держави міжнародна спільнота отримує через призму різноманітних інформаційних ресурсів, одними з яких є багатoproфільні міжнародні рейтинги, що дозволяють зафіксувати динаміку та спрогнозувати світові тенденції. У роботі використані загальнонаукові методи аналізу та синтезу інформації. Вихідним продуктом статті є рекомендації щодо коригування в бік позитиву існуючого іміджу України, на базі міжнародних рейтингів, в очах світової спільноти з виокремленими чинниками, які потребують нагальної трансформації.

Ключові слова: імідж країни, образ України, міжнародні рейтинги, інформаційні ресурси, світова спільнота.

Актуальність заявленої теми зумовлена тим, що принципово нові та міждисциплінарні способи обміну інформації, використання нових інструментів створюють нову якість впливу на масову свідомість. Мається на увазі переплітання інноваційних Інтернет-технологій, технологічних винаходів разом з новою якістю інформаційного обміну між локальними та глобальними мережами, що у своїй сукупності на виході дає продукт, який тільки підсилює значення культурно-інформаційних аспектів глобалізації світу. Інтенсивне використання нових методів країнами може бути використане з метою, як створення нових смислів чи ребрендингу існуючих образів держав світу, або ведення інформаційної атаки для дискредитації держави – опонента (чи груп держав).

Постановка проблеми:

Нагальною необхідністю для іміджу України є коригування існуючого та оновлення в бік позитиву іміджу української держави, сформованому на системі уявлень та образів, які зафіксовані у колективній українській свідомості та відповідно до цілей і задач внутрішньої та зовнішньої політики, який на міжнародному просторі буде ідентифікувати Україну у єдиному образі-ідеї, а також слугуватиме для просування та реалізації національних інтересів.

Проблематикою політичного іміджу цікавляться науковці з різних наукових шкіл, теорій та підходів, серед яких можна виокремити фахівців з соціології, соціальної філософії, культурології, політології, а саме – політичної культури та теорії соціальних технологій та теорії комунікації.

Один з найпоширеніших підходів для вивчення іміджу країни – маркетинговий, пов'язаний з дослідженням просування іміджу – конструйованим елементом просування національних інтересів у контексті сучасних економічних та політичних процесів. Представники англо-американська школа: С. Анхольт, Ф. Котлер, Д. Хайдер, П. Чилтон, К. Дінні, У. Оллінс, Дж. Траут. Російська школа: І. Важеніна, В. Домінін, П. Слуцький, В. Тарнавський, М. Спірченко, О. Тюкаркіна, І. Черная, Н. Замятіна. Українська: Е. Мамонтова, І. Колосовська, Д. Богущ, В. Кривошеїн, Т. Нагорняк, О. Соскін, О. Швець, Ю. Шайгородський.

У цьому підході категорія «імідж» тяжіє до категорій «асоціація», «образ», «враження», відповідно людина реагує на територію емоційно, а не раціонально (І-Фу Туан).

Дослідженням створення міжнародного іміджу приділяють такі вітчизняні науковці: Л. Губерський, Б. Дем'яненко, В. Кармазін, Г. Лавриненко, О. Онопрієнко, Є. Тихомирова, Ю. Чала. Серед актуальних питань дослідництва – моніторинг та інтерпретація результатів міжнародних рейтингів та надання рекомендацій моделей міжнародних відносин.

Серед відомих іміджмейкерів варто згадати представників вітчизняної школи: В. Іванов, М. Дорошко, Н. Качинська, В. Різун, Г. Почепцов. Російська школа: В. Костиков, Д. Ольшанський, А. Ситников, В. Шепель. Зарубіжні науковці: Т. Белл, Р. Верслін, Д. Герген, Д. Диадорфф, Б. Ингхем, Б. Ингхем М. Портер, Ж. Сегел та інші.

Виклад основного матеріалу:

Сучасні держави, що усвідомлюють виклики глобалізаційних процесів, розуміють необхідність конструювання і просування позитивного міжнародного іміджу держави. Сьогодні імідж держави – це певний меседж, який подає про себе держава, відповідно з якого, стає можливим виокремити інформацію щодо рівня політичного та економічного суверенітету, інвестиційного клімату, туристичного, культурно та наукового потенціалу. Імідж країни – результат динамічного процесу, що потрібно час від часу корегувати, оскільки імідж також виступає чинником національної безпеки інтересів народу, який може зазнати нищівної поразки у інформаційному протистоянні між державами.

Для міжнародного іміджу України точкою відліку є 24 серпня 1991 року, коли ВРУ прийняла Акт незалежності України, з того дня українська еліта повинна була задуматись над репутацією країни у міжнародному колі партнерів. Як зазначає Т. Попова, Україна до кінця 2013 року сприймалася переважно як молода демократія перехідного періоду, країна Помаранчевої революції, відомих спортсменів і красивих жінок, окремих високотехнологічних галузей економіки, а також як невлидова, маловідома держава, осередок політичної нестабільності, корупції, неефективності влади та невизначеності розвитку, поганого інвестиційного клімату. Заходи державної програми забезпечення позитивного міжнародного іміджу України на 2003–2006 роки, державної цільової програми формування позитивного міжнародного іміджу України на період до 2011 року не змогли поліпшити ситуацію. Справжнє вікно можливостей для України відкрилося з початком 2014 року. Низка зовнішніх чинників, пов'язаних із російською агресією та бажанням цивілізованого світу допомогти, як ніколи сприяли перезавантаженню позиціонування України у світі. З 2014 року Україна обрала «роль жертви», з яким досі асоціюється на Заході [1].

Інформаційний супровід та просування іміджу в інформаційному просторі зарубіжних країн є необхідним, адже тональність образу може впливати як на загальний імідж країни, так і на інвестиційний потенціал. У європейському інфопросторі ВВС є одним з авторитетних видавництв. Якщо відкрити коротку довідку про Україну, то побачим, через призму якої інформації сприймається держава. Україна очима читача ВВС – це 1) країна, що отримала незалежність після розпаду Радянського Союзу, 2) країна, яка з приходом кожного нового президента змінює вектор розвитку, то опиняється під впливом Росії, то шукає інтеграції із Західною Європою, 3) політично нестабільна країна з тенденціями до масових протестів, 4) країна у стані гібридної війни. Стає зрозумілим, що про здобутки української нації відомо небагато, а тому є потреба заявляти про себе не лише, як про країну перехідного періоду з численними проблемами [2].

Іншим ресурсом отримання інформації про державу є результати міжнародних рейтингів, які демонструють тенденції розвитку країни. Автором ставиться за мету сформуванню іміджу України у розрізі показників міжнародних рейтингів, у період з 2014 по 2018 рік.

Показники таких індексів як The KOF Index of Globalization, The Fragile States Index, Global Peace Index, EIU Democracy Index дозволяють сформуванню політичний складник міжнародного іміджу України.

The KOF Index of Globalization [3] – комбінований індекс, який у 2002 році був вперше розроблений Швейцарським інститутом з метою виявлення масштабів глобалізації країн світу за економічними, політичними та соціальними показниками. Під політичною глобалізацією мається на увазі членство держави в міжнародних організаціях, участь у міжнародних місіях, кількість іноземних посольств. У 2014 році Україна займала 39 місце з 207 країн, до 2018 року Україна втратила 5 позицій і знаходиться на 44 місці. Попри коливання позицій, у зв'язку з воєнними діями на Сході, Україна має досить високий рівень політичної глобалізації та взаємодії з зарубіжними партнерами.

Завдяки Failed States Index [4] стає можливим оцінити здатність керівництва країни контролювати територіальну цілісність країни, оцінити демографічну, політичну та економічні показники. З 2014 року Україна покращила свої позиції перемістившись з 80 до 91 позиції з 178 можливих (у рейтингу країни ранжуюються за спаданням). Відповідно до рейтингу, Україна характеризується як країна з низьким рівнем стабільності, що також становить під загрозу безпеку європейських країн.

Global Peace Index [5] – вперше був розрахований у 2007 році з метою ранжування країн за рівнем безпеки проживання. Індекс складений на основі 23 якісних і кількісних показників, об'єднаних в три основні групи: наявність і масштаб конфліктів (внутрішніх і міжнародних), рівень стабільності та безпеки всередині держави, рівень милітаризації держави. У 2017 році Global Peace Index відніс Україну до десятки найнебезпечніших країн світу. У 2014 році Україна займала 141 місце з 162 можливих, у 2018 році Україна займає 153.

EIU Democracy Index [6] – комбінований індекс, який ставить за мету вимір рівня демократії за 60 ключовими показниками, які згуртовані у 5 основних категорій (виборчий процес і плюралізм, діяльність уряду, політична участь, політична культура, громадянські свободи). У підсумковому рейтингу держави класифікуються за наступними типами режиму: повна демократія, неповна демократія, гібридний режим, авторитарний режим. З 2014 року Україна покращила становище з 92 місця до 84 у 2018 році з 167 можливих. EIU Democracy Index характеризує українську демократію категорією «гібридний режим». Від категорії «неповна демократія» державу відділяють низькі бали за категорію «діяльність уряду» – лише 3,21. Середній бал за іншими показниками становить 6 балів.

У цілому, міжнародні рейтинги характеризують політичну складову іміджу України, як гібридну демократію з низьким рівнем політичної стабільності.

Економічну характеристику висвітлити стає можливим завдяки The Index of Economic Freedom, Global Competitiveness Index, Global IT Industry Competitiveness Index, The Global Innovation Index, Doing Business Index.

The Index of Economic Freedom [7] – комбінований показник, що оцінює рівень економічної свободи в країнах світу. Випускається американським дослідницьким центром The Heritage Foundation спільно з газетою The Wall Street Journal. Рейтинг складається за 10 основними категоріями: право власності, свобода від корупції, фіскальна свобода, участь уряду, свобода підприємництва, свобода праці, монетарна свобода, свобода торгівлі, свобода інвестицій, фінансова свобода. Починаючи з 2014 року спостерігаються коливання позицій у рейтингу. У 2014 році – 155 місце, 2015–2017 – 166 місце, у 2018 році – 150 місце з 180 можливих. Середній отриманий бал – 46, що характеризує Україну, як державу з невеликою економікою.

Global Competitiveness Index [8] – глобальне дослідження країн світу за показником економічної конкурентоспроможності за версією Всесвітнього економічного форуму. Всесвітній економічний форум визначає національну конкурентоспроможність як здатність країни і її інститутів забезпечувати стабільні темпи економічного зростання. З 2014 року Україна погіршила свої позиції впавши з 76 місця до 85 у 2018 році з 144 країн, які розглядаються. У дослідженні наголошується, що Україна має слабо розвинені інститути, нестійку фінансову систему і макроекономічні показники. У рейтингу Україна знаходиться на 110 місці за рівнем державних інститутів, на 57 місці – з розвитку інфраструктури, на 70-му – за рівнем адаптацій сучасних технологій. Макроекономічна стабільність –

131 місце, охорону здоров'я – 94 місце, освіту – 46 місце, ринок товарів – 73 місце, ринок праці – 66 місце, фінансова система – 117 місце, обсяг ринку – 47 місце, динаміка бізнесу – 86 місце, здатність до інновацій – 58 місце.

The Global Innovation Index [9] – індекс інновацій складений з 80 різних змінних, які детально характеризують інноваційний розвиток країн світу, які перебувають на різних рівнях економічного розвитку. Автори (Міжнародна бізнес-школа INSEAD, Корнельський університет (Cornell University), і Всесвітня організація інтелектуальної власності (World Intellectual Property Organization, WIPO) дослідження вважають, що успішність економіки пов'язана, як з наявністю інноваційного потенціалу, так і умов для його втілення. Тому Індекс розраховується як зважена сума оцінок двох груп показників: наявні ресурси і умови для проведення інновацій, досягнуті практичні результати здійснення інновацій. У 2014 році Україна займала 63 місце з 143 існуючих. За 5 років перемістилась на 20 позицій вгору і в 2018 році займає 43 місце. Разом з такими країнами як Китай, Індія, Грузія, Тайланд та інші входить до групи «нові новатори». Україна перша в світі за кількістю корисних патентів, п'ята – за кількістю зареєстрованих торгових марок, сьома – за промисловим зразками. Це показники на одиницю ВВП. Також відзначається, що державні інститути – найслабша сторона України.

Doing Business Index [10] – дослідження країн світу за показником створення ними сприятливих умов ведення бізнесу. Розрахований за методикою Світового банку (World Bank). У 2014 році Україна зі 190 країн займала 112 місце. У 2018 році країна піднялась на 41 позицію та займає 71 місце. У дослідження зазначається, що покращення позицій відбулось завдяки поліпшенню в показників захисту міноритарних акціонерів, спрощення в частині отримання дозволів на будівництво шляхом збільшення внеску в міські соціальні фонди і розвиток інженерно-транспортної інфраструктури Крім того, відзначено поліпшення в частині міжнародної торгівлі. Незначне поліпшення також зафіксовано за показником реєстрації власності. Згідно звіту, такі показники, як система сплати податків, реєстрація бізнесу, доступ до електроенергії, доступ до кредитів, дозвіл неплатоспроможності – стримують розвиток, у рейтингу показники за цими критеріями погіршились.

Підсумовуючи, економічна складова міжнародного іміджу дещо краща ніж політична, хоча й деякими рейтингами українська економіка зазначається як «невільна». Проте, спостерігається покращення умов для розвитку малого та середнього бізнесу, розвивається інноваційний потенціал країни. Стримуючим елементом розвитку міжнародні рейтинги називають – слабо розвинені державні інститути, нестійку фінансову систему і макроекономічні показники.

Важливим сегментом іміджу держави є соціальна складова. Вона характеризує ступінь розвитку суспільства, дає інформацію про якість життя суспільства та рівня дотримання прав людини.

Human Development Index [11] – показник, який розраховується експертами Програми розвитку Організації Об'єднаних Націй, який характеризує розвиток людини в країнах і регіонах світу. Рейтинг складається за трьома основними напрямками: індекс очікуваної тривалості життя, індекс освіти, індекс валового національного доходу. З 2014 по 2018 кардинальні зміни у позиціях України у рейтингу відсутні. У 2014 році Україна займала 83 місце з 185 держав, у 2018 – 88 місце. Це говорить про те, що загальний показник України складає 0,743, це нижче ніж показником країн Західної Європи. Відповідно, Україна відповідає критерію «країни з середнім рівнем людського розвитку».

Happy Planet Index [12] – показник створений з метою показати відносну ефективність, з якою країни використовують економічне зростання і природні ресурси. Індекс оцінює тривалість життя, добробут, нерівність між людьми всередині країни та екологічний стан, щоб визначити країни, які здатні забезпечити своїм жителям найдовше і щасливе життя. Згідно даних індексу за 5 років Україна погіршила свої показники, опустившись з 100 місця (2014 року) до 138 (2018) з можливих 151.

The Legatum Prosperity Index [13] – комбінований показник, який вимірює досягнення країн світу з точки зору їх благополуччя та процвітання. Рейтинг кожної країни

визначається шляхом визначення середньозважених значень індикаторів, кожен з яких визначається як основа процвітання: економіка, підприємництво, управління, освіта, охорона здоров'я, безпека, особисті свободи, соціальний капітал, екологія. У 2014 році Україна займала 99 місце, у 2018 році – 111 місце з 142 країн. Найбільші бали Україна отримала у галузі освіти – 48. Рівень свободи особистості оцінили у 95 балів (з 149 можливих). Найгірші показники у галузі особистої безпеки (149 балів) та охорони здоров'я (135 балів), соціальний капітал (115 балів).

Соціальний сегмент міжнародного іміджу, на основі обраних індексів, характеризується середнім розвитком людського потенціалу, з високим рівнем у галузі освіти, проте з низькими показниками у сферах особистої безпеки, свободи особистості та охорони здоров'я.

The Travel and Tourism Competitiveness Index [14] – показник, який був створений з метою виміру конкурентоспроможності країн у сфері подорожей та туризму. Загальний індекс складається з 3 компонентів: відкритість держави, бізнес середовище та інфраструктура, людські, культурні та природні ресурси. У 2014 році Україна займала 84 місце, у період з 2015–2016 Україна не входила до рейтингу, через відсутність даних, у 2017–2018 роках Україна займає 88 місце з 148 ранжованих країн. У зв'язку з воєнними діями на Сході держави, Україна, відповідно до рейтингу, стала 10/10 найнебезпечніших країн для туристів поряд з такими країнами, як Єгипет, Кенія, Колумбія, Пакистан та Нігерія. У туристичному сервісі Україна займає 71 місце, 98 місце у сфері екології, 79 та 81 місце – авіа-інфраструктура та наземна/портова відповідно. Культурне надбання та історичні пам'ятки України – 51 місце.

Brands Finance Nation Brands [15] – рейтинг країн світу за показником вартості національних брендів, доповідь вказує на переваги, які може надати бренд сильної нації, а також економічний збиток, який можуть спричинити глобальні події, або ж неефективне управління брендами. При розрахуванні рейтингу враховується вартість бренду в грошовому вираженні, стійкість і потенціал національних брендів, а також демографічні та політичні показники, туристична привабливість, динаміка економічного росту. 2014 року Україна зайняла 53 місце зі ста оцінюваних країн та стала однією з 10 країн найбільшим падінням вартості бренду (Worst Performing). Вартість національного бренду знизилась на 37% та склала 80 мільярдів доларів. Проте у 2016 році, Україна стала однією з 5 країн (59 місце Best Performing), які стали найкращими у покращенні національного бренду, вартість зросла на 39%. У 2018 році Україна займає 60 місце. Як зазначає міжнародний рейтинг, український національний бренд, попри військову агресію з боку Російської Федерації, стабілізує свої позиції у міжнародному середовищі, проте найбільшою прогалиною є політична та економічна нестабільності.

Висновки:

У епоху постінформаційного суспільства імідж держави може стати інструментом впливу на суспільну свідомість, метою якого було б просування національних інтересів за межі власних кордонів. Українські меседжі, що прослідковують у міжнародних рейтингах, потребують корегування і кардинальних змін. Автором маються на увазі такі меседжі:

«28 років перманентних змін політичного вектору розвитку, як міжнародний імідж України», «Україна, як осередок політичної нестабільності», «Україна – країна неефективних державних інститутів», «Україна – небезпечна країна для туристів», «Україна – держава з невільною економікою». Інші меседжі навпаки потребують популяризації: «Україна – новаторська держава», «Україна – місце для розвитку малого та середнього бізнесу», «Україна – держава високоосвіченого населення», «Україна – держава висококваліфікованих співробітників».

Образ держави необхідно підтримувати, прослідковується чітка кореляція, що тональність інформаційного супроводу позначається на загальному іміджі держави, як наслідок, це впливає на інвестиційний клімат. Моніторинг іміджу держави, аналіз, впровадження нових ефективних заходів повинен стати першочерговим завданням для державних органів влади. Як неодноразово зазначалось у міжнародних рейтингах, найслабкіше місце України – державні інститути, саме з покращення іміджу інститутів і повинен початись новий виток історії українського міжнародного іміджу.

Аннотація. В статті розглянуто міжнародний імідж України, сформований на базі опублікованих даних міжнародних рейтингових вимірювань. По мнению автора, представлення об образі держави міжнародне суспільство отримує через призму різних інформаційних ресурсів, найважливішим з яких є багатопрофільні міжнародні рейтинги, які дозволяють фіксувати динаміку та прогнозувати світові тенденції. В роботі використано загальнонаукові методи аналізу та синтезу інформації. Результатом статті є сформований образ України, на базі міжнародних рейтингів, в очах світового суспільства з виділеними факторами, які потребують негайної трансформації.

Ключові слова: імідж країни, образ України, міжнародні рейтинги, інформаційні ресурси, світове суспільство.

Abstract. The article studies the international image of Ukraine, formed on the basis of published data of international ratings. According to the author, the international community forms the idea regarding the image of the state through various information resources, most important of which are multi-profile international ratings that record the dynamics and predict global trends. General scientific methods of analysis and synthesis of information were used while writing the paper. In conclusion, the author presents her vision of the image of Ukraine, based on international ratings. The author identifies the factors that require urgent transformation as they determine the image of Ukraine in the eyes of the international community.

Key words: country image, image of Ukraine, international ratings, information resources, global community.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Наш імідж. Як Україну сприймають у світі. URL : <https://nv.ua/ukr/opinion/nash-imidzh-jak-ukrajinu-sprijmajut-u-sviti-2459084.html>
2. Ukraine profile – Timeline. URL : <https://www.bbc.com/news/world-europe-18010123>
3. The KOF Index of Globalization. URL : <https://www.kof.ethz.ch/en/forecasts-and-indicators/indicators/kof-globalisation-index.html>
4. Failed States Index. URL : <https://fundforpeace.org/2018/04/24/fragile-states-index-2018-annual-report/>
5. Global Peace Index. URL : <http://visionofhumanity.org/indexes/global-peace-index/>
6. EIU Democracy Index. URL : <https://www.eiu.com/topic/democracy-index>
7. The Index of Economic Freedom. URL : <https://www.heritage.org/index/>
8. Global Competitiveness Index. URL : <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2018/>
9. The Global Innovation Index. URL : <https://www.globalinnovationindex.org/gii-2018-report>
10. Doing Business Index. URL : <http://www.doingbusiness.org/en/rankings>
11. Human Development Index. URL : <http://hdr.undp.org/en/content/human-development-index-hdi>
12. Happy Planet Index. URL : <http://happyplanetindex.org/>
13. The Legatum Prosperity Index. URL : <https://www.prosperity.com/>
14. The Travel and Tourism Competitiveness Index. URL : <http://www.oceanhealthindex.org/methodology/components/tourism-competitiveness-index-tci>
15. Brands Finance Nation Brands. URL : https://brandfinance.com/knowledge_centre/articles/nation-brands/

УДК 349.6

ЕЛЕКТРОННІ ПЕТИЦІЇ ЯК ФОРМА РЕАЛІЗАЦІЇ ПРАВ ГРОМАДСЬКОСТІ НА ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ У СФЕРІ ОХОРОНИ ДОВКІЛЛЯ

Ю. О. Осипенко, Є. О. Липницька

Анотація. Статтю присвячено дослідженню питання електронних петицій як форми реалізації прав громадян на прийняття рішень у сфері довкілля. Проаналізовано законодавство щодо подання представниками громадян електронних петицій та механізму прийняття на їх основі рішень, що стосуються охорони довкілля. Робиться акцент на окремих проблемах реалізації прав громадян на участь у прийнятті відповідних рішень шляхом подання електронних петицій. На підставі дослідження сформульовано пропозиції щодо внесення змін до законодавства.

Ключові слова: електронна петиція, громадянськість, охорона довкілля, екологічні права.

Постановка проблеми. Громадянськість є одним із найважливіших національних ресурсів для розвитку і впровадження екологічного законодавства. Набуття чинності Законом «Про внесення змін до Закону України «Про звернення громадян» щодо електронного звернення та електронної петиції» від 2 липня 2015 року [1] істотно розширило форми взаємодії