Ірина Маслова

АКТУАЛІЗАЦІЯ ПОЛІТИКО-ПРАВОВИХ ПРОБЛЕМ УКРАЇНИ В МІЖНАРОДНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ

У статті розглянуто найактуальніші для міжнародних організацій проблеми, пов'язані із захистом прав людини в Україні. Зроблено висновок про основні категорії прав, які завжди перебувають у центрі уваги міжнародних організацій.

Ключові слова: *імідж, права людини, міжнародні організації.*

Iryna Maslova. Actualization of political and legal problems of Ukraine in international organizations. *The paper considers the most topical problems for international organizations in the field of human rights protection in Ukraine. The conclusion is drawn about the main categories of rights which are always in the spotlight of international organizations.*

Key words: *image, human rights, international organizations.*

Мета і завдання роботи полягає у висвітленні найбільш актуальних для міжнародних організацій проблем, пов'язаних із захистом прав людини в Україні.

Відповідно до мети автором були поставлені такі *завдання*:

- визначити понятійно-категоріальний апарат інформаційної сфери;
- проаналізувати нормативно-правове забезпечення формування іміджу України;

Найбільш узагальненою формою прояву держави на світовій арені є сформований міжнародний імідж країни, що є одним із засобів посилення міжнародної конкурентоспроможності та збереження власної національної ідентичності. Під міжнародною конкурентоспроможністю традиційно розуміють експортно-імпортний потенціал країни. Як правило, розробляючи експортно-імпортну стратегію на будь-якому рівні, маємо на меті стимулювання залучення інвестицій, розвиток пріоритетних галузей, маркетингові заходи тощо. Проблема формування позитивного міжнародного іміджу має особливе значення для держав, що перебувають на стадії трансформаційних перетворень.

Сьогоднішня економіка, політика, туризм повністю залежать від зовнішніх чинників. Інформаційний статус держави, її представлення в світовому інформаційному просторі є часткою її політичної чи економічної ваги у світі. Немає держав, статус яких в інформаційній площині суттєво відрізнявся би від статусу в інших площинах. Дослідники міжнародних відносин нині виділяють четвертий вимір відносин – інформаційний, констатуючи його рівність з такими відомими вимірами, як дипломатичний, економічний та військовий. Ідеться вже не просто про інформаційну цивілізацію, в яку вступили розвинуті держави, а про постінформаційну [2, с.14].

Зростання ролі політичного іміджу держави зумовлене глобалізацією світових політичних процесів. Формування позитивного міжнародного іміджу набуває важливого значення з огляду на його пов'язаність з ефективністю зовнішньої та внутрішньої політики, репутаційним позиціонуванням держав на світовій арені, розвитком політичної культури у сучасному світі. Політичний імідж країни, держави, влади набуває значення суспільно

впливового фактора, стає невід'ємною складовою політичної діяльності щодо забезпечення стратегічних національних інтересів на основі політичних, інформаційно-комунікаційних технологій.

Нові напрями наукових досліджень визначаються трансформаціями політичного середовища та політичної діяльності держав. Вони пов'язані з розвитком та функціонуванням нових елементів політичної культури та ідеології в різноманітних політично-практичних зразках, що знайшло відображення в зарубіжних концепціях інформаційного суспільства, політичної іміджелогії, теоріях впливу комунікативних технологій на політичні рішення та світову громадську думку.

В останні десятиріччя теоретичні та практичні проблеми формування міжнародного іміджу країн досліджували вітчизняні та зарубіжні вчені. Теоретичні основи формування міжнародного іміджу країни розкрито в працях таких авторів, як: С. Анхольт, К. Асплунд, С. Блек, Г. Гер, К. Келлер, Ф. Котлер, І. Мартін, А. Нагашима, А. Салліван, Е. Галумов, К. Грідін, В. Королько, Г. Почепцов та ін. Ці науковці в своїх дослідженнях розкрили сутність поняття іміджу країни, факторів, які впливають на його формування, та заходи державного регулювання цих процесів.

Слід зазначити, що сьогодні немає єдиного теоретичного підходу до трактування економічної природи іміджу та бренду країни, що ускладнює визначення основних факторів для утвердження позитивного іміджу країни.

Термін «імідж» (англ. image – образ, престиж, репутація) – враження, яке особистість або організація справляють на людей і яке фіксується в їх свідомості у формі певних емоційно забарвлених стереотипних уявлень. Таке визначення дають цьому поняттю вітчизняні автори О. Лесько, М. Прищак, О. Залюбівська та Г. Рузакова, зазначаючи, що у психології під іміджем розуміють характер стереотипу, що склався в масовій свідомості і має емоційно забарвлений образ кого-небудь або чого-небудь. Імідж відображає соціальні очікування

певної групи. Формування іміджу відбувається стихійно, але частіше воно є результатом роботи фахівців [5].

Імідж держави визначається як єдність раціональних і емоційних уявлень, що випливають із зіставлення всіх загальновідомих ознак країни, власного досвіду та чуток, що впливають на створення певного образу. Усі перераховані фактори дозволяють, згадуючи назву, 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, а також її економічні перспективи. На думку Л. Брауна, до іміджу країни належить комплекс об'єктивних взаємозалежних характеристик державної системи (політичних, економічних, географічних, національних, демографічних тощо), що сформувалися в процесі еволюційного розвитку державності, ефективність взаємодії ланок якої визначає тенденції суспільно-політичних, соціально-економічних, національно-конфесійних та інших процесів. Образ держави – це база, що визначає репутацію країни серед своїх громадян і світової громадськості внаслідок тих або інших акцій її суб'єктів, що взаємодіють із зовнішнім світом. [1, с.34–52].

Серед основних факторів, що справляють найбільший вплив на формування образу України, слід вирізнити:

- постійні геополітичні фактори – географічне положення, площу території, довжину кордонів держави, вихід до морів; природно-ресурсний потенціал; національну та культурну спадщину; історичні події, а також внесок у світову скарбницю видатних українців, погляд яких нерозривно пов'язаний з історією розвитку країни; базову форму державного устрою та структуру управління;

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

- 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 сектору 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) [4].

Г. Лавриненко пропонує умовний розподіл факторів на зовнішні та внутрішні. До зовнішніх належать: зовнішня політика України, національні інтереси та пріоритети, членство в міжнародних організаціях, розвиток відносин зі стратегічними партнерами, інвестиційний клімат тощо; до внутрішніх: добробут населення, дотримання конституційних прав кожного громадянина, рівень корупції, рівень злочинності, рівень тіньового сектору економіки, соціальне самопочуття тощо. Слід також відзначити важливість психологічних аспектів сприйняття позитивного іміджу України, зокрема: гордість за країну, бажання в ній жити, захищати, щастя, комфорт та проекція 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 [4].

Ці чинники знайшли своє відображення під час парламентських виборів 2012 р.: від міжнародних організацій та іноземних держав зареєстровано 3132 спостерігачі. Найбільшу кількість міжнародних спостерігачів було направлено до України ОБСЄ – 635 осіб та міжнародною організацією CANADEM – 475.

Від партій зареєструвалося 72066 спостерігачів, від кандидатів – 53004 особи. Ще 8844 спостерігачів зареєстрували українські громадські організації. Найбільше спостерігачів було від Польщі та Росії – відповідно, 212 і 60 осіб. Зважаючи на те, що в Україні 28 жовтня працювало 33769 виборчих дільниць, в середньому на кожну дільницю припадало по чотири спостерігача [8; 9].

Серед заяв, що лунали, слід вирізнити 8 основних: спільну заяву про висновки стосовно ходу виборів в Україні Бюро з демократичних інституцій та прав людини ОБСЄ, Парламентської асамблеї ОБСЄ, Парламентської асамблеї Ради Європи, Європейського парламенту та Парламентської асамблеї НАТО; заяву Місії міжнародної неурядової організації CANADEM; заяву Європейської мережі організацій зі спостереження за виборами ENEMO; заяву спостерігачів СНД; заяву представників міжнародної організації зі спостереження за виборами CIS-EMO; заяву Групи європейських спостерігачів «Міжнародна місія громадянського суспільства зі спостереження за виборами в Україні», організованої неурядовими організаціями з Польщі, Німеччини та Литви під патронатом А. Квасневського та М. Меркеля; заяву спостерігачів Світового конгресу українців (СКУ) та заяву Організації Центральноєвропейської групи політичного моніторингу.

Усі країни захищають себе і свій імідж, навіть за рахунок погіршення іміджу інших. Г. Почепцов вважає, що поширені також процеси інтенсивної побудови негативного іміджу країни іззовні, коли такі політичні завдання виникають. Серед прикладів, коли системний підхід, ініційований ззовні, призвів до зміни соціального ладу, вчений згадує Індонезію, коли саме інформаційно була створена дестабілізуюча ситуація за допомогою американських та англійських спецслужб, що призвела до передачі влади іншому президенту, а також спостерігалося активне втручання у ситуацію через Бі-Бі-Сі, оскільки вона користувалася популярністю в регіоні [2, с.46].

Сьогодні в Україні розробляється концепція державної інформаційної політики, а також концепція інформаційної безпеки.

Інформаційна безпека полягає в аналізі загроз, які можуть виникнути в інформаційній сфері, і створенні умов для запобігання їхньому виникненню. Інформаційна політика, пише Г. Почепцов, визначає закони функціонування інформаційної сфери. Коли ефективно працює система ЗМІ суспільства, є можливість швидко вирощувати нову

еліту, активно обговорювати нові проекти, сприяти прозорості влади, наближати її дії до населення [2, с.12].

За роки незалежності Україна зробила вагомі кроки щодо розвитку інформаційної сфери та впровадження демократичних стандартів свободи слова та інформації. Сформовано розгалужену правову базу в галузі інформації. Зроблено суттєвий поступ на шляху інтеграції України у міжнародний інформаційний простір.

Інформаційну сферу суспільства складають: національний інформаційний простір, інформаційні права та свободи, режими інформації, інформаційна безпека тощо. Конкретні суспільно-політичні умови впливають на акцентування й актуалізацію одних завдань та відтермінування реалізації інших [6].

Забезпечення розширення присутності України у міжнародному інформаційному просторі та формування позитивного міжнародного іміджу України визначені основними напрямами реалізації Концепції [7].

На розв'язання завдання формування іміджу держави безпосередньо спрямовані такі нормативно-правові акти: Програма «Інвестиційний імідж України» (2002–2010 рр.), Державна програма забезпечення позитивного міжнародного іміджу України на 2003–2006 рр., Державна цільова програма формування позитивного міжнародного іміджу України на період до 2011 року та поки що не унормована Стратегія позиціонування України за кордоном, Проект Концепції Державної програми формування позитивного міжнародного іміджу України на 2007–2010 роки, розроблений Міністерством закордонних справ, Постанови Кабінету Міністрів: №102 «Про затвердження Порядку використання коштів, передбачених у державному бюджеті для фінансової підтримки забезпечення міжнародного позитивного іміджу України та здійснення заходів щодо підтримки зв'язків з українцями, які проживають за межами України», №694 «Про затвердження Порядку використання коштів, передбачених у державному бюджеті для здійснення заходів щодо формування позитивного інвестиційного іміджу Укра-

їни», №379 «Про схвалення Концепції Державної програми формування позитивного міжнародного іміджу України на 2007–2010 роки», №1609 «Про затвердження Державної програми забезпечення позитивного міжнародного іміджу України на 2003–2006 роки».

Окремі аспекти розкриваються у нормативних документах, що регулюють туристичну діяльність: Державна програма розвитку туризму на 2002–2010 роки, Указ Президента України «Про заходи щодо розвитку туризму і курортів в Україні», Стратегія розвитку туризму і курортів, Проект Державної цільової програми розвитку туризму і курортів на 2011–2015 роки.

Крім того, існують рамкові нормативно-правові акти та законопроекти в інформаційній сфері, що так чи інакше розглядають питання формування іміджу держави: Рішення Ради національної безпеки і оборони України «Про невідкладні заходи щодо забезпечення інформаційної безпеки України», Доктрина інформаційної безпеки України, Проект Закону України «Про Концепцію державної [національної] інформаційної політики», Концепція проекту Закону України «Про основні засади державної комунікативної політики» [6].

Державна політика у сфері побудови іміджу реалізується за допомогою низки комунікативних технологій, що в законодавстві описуються поняттями «рекламна кампанія», «інформаційна кампанія», «рекламно-інформаційна кампанія», «інформаційно-роз'яснювальна робота», «інформаційно-пропагандистська діяльність», «популяризація», «формування іміджу», «стратегія позиціонування» та «сучасні моделі налагодження зв'язків органів державної влади з громадськістю», причому жодна з них не розкрита. Посилену увагу до процесу формування іміджу держави привернула, по-перше, підготовка до Євро–2012. Було презентовано Стратегію позиціонування України за кордоном (24 березня 2011 р.), що викликало широку суспільну дискусію. По-друге, переосмислення пріоритетів державної політики у відповідній сфері було спричинене набуттям президентських повноважень В. Януковичем. На пере-

конання глави держави, проблему становить невміння «подавати те, що в нас є». Необхідність розроблення іміджевої програми за кращими світовими стандартами та професійно виконаної реклами викликало появу відповідного доручення уряду (6 квітня 2011 р.) [6].

Висновок. Позитивне сприйняття держави своїми громадянами та світовим товариством є запорукою успіху глобальних політичних, соціальних та економічних змін. Домінуючу роль відіграють не тільки прагматичні реформи в галузі економіки, а й оптимізація структури влади й управління. Важливо й те, який імідж утверджує держава, наскільки результативними є створені механізми соціально-психологічної мотивації та нейтралізації негативних тенденцій.

Серед основних факторів, що справляють найбільший вплив на формування образу держави: постійні геополітичні фактори (географічне положення, природно-ресурсний потенціал; національна та культурна спадщина, базова форма державного устрою та структура управління); соціально-психологічні настрої в українському суспільстві; характер та принципи діяльності суспільно-політичних об'єднань України; форми суспільно-політичної інтеграції українців, моральні аспекти розвитку українського суспільства; стабільність української економіки, правовий простір України та відповідність українських правових норм міжнародним вимогам.

Умовно фактори можна поділити на зовнішні та внутрішні. До зовнішніх належать: зовнішня політика України, національні інтереси та пріоритети, членство в міжнародних організаціях, розвиток відносин зі стратегічними партнерами, інвестиційний клімат тощо; до внутрішніх: добробут населення, дотримання конституційних прав кожного громадянина, рівень корупції, рівень злочинності, рівень тіньового сектору економіки, соціальне самопочуття тощо.

Таким чином, одним з основних завдань сьогодні є формування керованого образу України, здатного забез-

печити 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 визначать їй гідне місце та роль у сучасному світі, поділеному на зони впливу, серед більш динамічних і прогресивно розвинених країн. Утвердження позитивного іміджу України дозволить не просто покращити конкурентні позиції країни, але й створити певний механізм захисту цих позицій, тому що позитивний імідж – це перш за все довіра та лояльність до даної країни, і навіть у разі негативних подій, такий механізм дозволяє зберегти свої позиції за рахунок довіри до авторитету держави.

1. Браун Л. Имидж – путь к успеху / Л. Браун. – СПб., 1996. – С. 34–52.

2. Почепцов Г. Г. Інформаційна політика / Г. Г. Почепцов, С. А. Чукут. – К.: Знання, 2006. – 663с.

3. 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.

4. Лавриненко Г. Формування міжнародного іміджу України в Західному світі (на прикладі Польщі) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.experts.in.ua/baza/analitic/index.-php?ELEMENT_ID=86424

5. Лесько О. Й. Етика ділової людини / О. Й. Лесько, М. Д. Прищак, О. Б. Залюбівська, Г. Г. Рузакова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: posibnyky.vntu.edu.ua/et_/71.htm

6. Аналітична записка Національного інституту стратегічних досліджень при Президентові України «Понятійно-категоріальний апарат інформаційної сфери: правовий аспект» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.niss.gov.ua/articles/532/

7. Концепція державної інформаційної політики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=68581&cat_id=33909

8. Дорош С. Чи допоможуть спостерігачі провести вибори чесно? / С. Дорош [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.bbc.co.uk/ukrainian/politics/2012/10/121022_observers_election_ukraine_sd.shtml

9. Офіційні спостерігачі від іноземних держав та міжнародних організацій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.cvk.gov.ua/pls/vnd2012/wp041?PT001F01=900