

Гордієнко Анастасія Геннадіївна
студентка факультету
соціально-психологічної освіти
та управління Дніпропетровського
державного університету
внутрішніх справ

Науковий керівник:

Єремєєва Ірина Анатоліївна
кандидат історичних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародних
відносин та туризму
Дніпропетровського державного
університету внутрішніх справ
(м. Дніпро, Україна)

МІЖНАРОДНИЙ ІМІДЖ ДЕРЖАВИ

У сучасному світі державі дуже важливо мати не тільки економічну та соціальну перевагу, а також позитивний міжнародний імідж. Під іміджем ми розуміємо цілеспрямовано сформований індивідуальний образ об'єкта, який створюється під впливом ЗМІ, людей та безпосередньо самим об'єктом. На цей момент усе частіше застосовують методику формування іміджу політичних суб'єктів – як окремих політичних, громадських чи державних діячів, так і органів державної влади та місцевого самоврядування з метою досягнення певних тактичних і стратегічних цілей.

На основі трактування понять «політика» та «імідж» політичний імідж становить думку певної соціальної групи або людей щодо держави на основі уявлення, сформованого під впливом ЗМІ, прямого контакту або іншим комунікативним шляхом.

Провідними суб'єктами формування політичного іміджу держави є її головні владні інститути: президент (адміністрація президента), законодавча гілка влади (парламент), виконавча гілка влади (уряд), судова гілка влади, політичні партії, органи місцевого самоврядування. Слід звернути увагу, що вони свідомо не працюють над створенням свого позитивного іміджу, проте від їх діяльності, реалізації ними політичних планів і домовленостей, від рівня відповідності їх політики суспільним очікуванням залежить як їх власний імідж, так і імідж держави в цілому. Значно впливають на формування іміджу держави ЗМІ, діяльність громадських рухів та об'єднань. Позитивний політичний імідж проявляється як у вигляді високого рейтингу популярності його носія, так і в можливості впливу на громадську думку, активному формуванні політичної діяльності держави й суспільства в цілому [1, с. 68].

До основних функцій державного іміджу належать: функція ідеалізації (підтримання вигідного образу держави), функція протиставлення (сформована на основі іміджу інших держав), номінативна функція (диференціює державу серед інших у певній геополітичній ситуації, показуючи її особливості та перевагу). Ці функції адаптовані та ефективні для вирішення завдань, а саме: створення позитивного та ідеалізованого іміджу держави та її провідних структур; реклама державних інститутів та державної служби; наочна відкритість держави перед суспільством та її рішеннями в економічній, фінансовій, політичній та інформаційних сферах.

Імідж складається з деталей, а його ефективність часто залежить від дій політичних лідерів. Працювати на імідж має кожна деталь – погляд, вираз обличчя, манера спілкування, одяг, жести. Дуже важливо вміти відповідати за кожен свій крок, учинок. Нині відомі PR-технології не дієві. Змінився менталітет, світогляд людей. Зламано стереотипи. Якщо раніше за допомогою гречки можна було формувати позитивний імідж, то тепер це викликає лише роздратування [3, с. 248]. Тож політичний імідж держави потрібно створювати, керувати ним і контролювати його. Без цих трьох складових формування позитивного іміджу неможливе.

Внутрішньополітичний імідж держави формується на основі думок суспільства, тоді як на міжнародній арені набагато складніше створити позитивну репутацію серед інших високорозвинених держав та тих, які мають гегемонічний вплив на весь світ та країни в цілому. Сьогодні, в епоху інформаційної та комунікаційної прозорості й доступності, якщо держава не забезпечує комунікаційну відкритість, не ставить важливим домінантом повагу до основних прав і свобод людини, свободу слова засобів масової інформації та свободу політичних виборів, неможливо досягти позитивного іміджу демократичної держави в міжнародній спільноті. Від того, як сприймається країна світовою спільнотою, залежить її місце в системі міжнародних відносин, можливості у вирішенні конкурентних завдань, інвестиційна привабливість, розширення можливостей для економічного розвитку та партнерства, ділового співробітництва, туризму тощо [4, с. 83].

Отже, політичний імідж держави ґрунтується на її інститутах влади, дії яких не завжди відповідають суспільним запитам. Імідж держави має свої функції та завдання, що цілком взаємопов'язані на внутрішньо- та зовнішньополітичному рівнях. Місце на міжнародній арені, авторитет та імідж держави впливають на національну свідомість, а також суспільну думку громадян певної держави. У цілому міжнародний імідж держави є одним із провідних чинників розвитку світової політики, основним засобом урегулювання конкурентних завдань країни. Зростаюче та вдосконалене функціонування іміджу держави спостерігається у зв'язку зі стрімким прогресом інформаційних технологій, засобів масової інформації та їх прямого впливу на формування суспільних стереотипів, образів і думок, які, у свою чергу, впливають на прийняття політичних рішень на міжнародному рівні.

1. Данилов В. Особливості формування політичного іміджу держави. *Політичний менеджмент*. 2009. № 2. С. 67–72.
2. Єремєєва І. А. Структурно-функціональний аналіз міжнародного іміджу держави. *Проблеми формування громадянського суспільства в Україні: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції* (15 травня 2020 р., м. Дніпро). С. 109–112.
3. Чекалюк В. В. Позитивний імідж держави і суспільства – результат ефективних комунікацій. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2014. Т. 57. С. 247–251.
4. Чечель О. Ю. Формування іміджу держави на міжнародній арені. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 10. С. 82–86.

Гордійчук Ольга Олегівна

кандидат філософських наук,
здобувач Житомирського державного
університету імені Івана Франка
(м. Житомир, Україна)

МЕНТАЛЬНІСТЬ У ГЛОБАЛІЗОВАНОМУ СВІТІ

Процеси глобалізації (сутнісний зміст, час виникнення та періодизація, основні тенденції, наслідки тощо) вже кілька десятиріч є однією з найактуальніших тем наукової полеміки та публічних дискусій. Оскільки глобалізація є комплексним багаторівневим соціальним явищем, вивчення її позитивних та негативних аспектів, уже наявних та потенційно можливих наслідків посідає важливе місце в різноманітних сучасних дослідженнях. Левова частка цих досліджень присвячена аналізу змін в економічній та політичній сферах людської життєдіяльності. Однак сутність глобалізації не зводиться до її економічного й політичного аспектів, хоча об'єктивно вони є первинні й першочергові. Не менш важлива й духовна сфера, яка є предметом вивчення передусім гуманітарних наук.

В умовах сучасних динамічних змін, у новітніх процесах націє- й державотворення актуалізується дослідження та переосмислення ролі ментальності в глобалізованому світі загалом і в Україні зокрема. Насамперед це пов'язано з тим, що ментальність є важливою соціокультурною основою формування національної ідентичності, сприяє або перешкоджає адаптації національної свідомості до змін соціальної реальності.

Глобалізація – це низка процесів усвітньої економічної, політичної й культурної інтеграції й уніфікації в сучасному суспільстві, що проявляються у проникненні технологій, практик, стандартів здійснення життєдіяльності, продуктів окремих корпорацій чи фірм тощо в усі або більшість країн світу. Ці процеси, а відтак і глобалізація як явище, зумовлені перш за все економічними чинниками та інтересами, однак впливають на всі без винятку сфери