

УДК 327:314 (477)

DOI <https://doi.org/10.30970/PPS.2022.44.21>

## МІЖНАРОДНІ ІНДЕКСИ У ФОРМУВАННІ ІМІДЖУ ДЕРЖАВИ

**Валентина Ємець**

*Національний авіаційний університет, факультет міжнародних відносин,  
кафедра міжнародних відносин, інформації та регіональних студій,  
просп. Любомира Гузара, 1, 02000, м. Київ, Україна*

Окреслено міжнародний імідж держави та проаналізовано показники міжнародних рейтингів щодо позиціонування України на міжнародній арені. Потреба у формуванні сприятливого іміджу викликана забезпеченням зовнішньополітичних відносин з іншими державами та є реалізацією цілеспрямованої політики представлення національних інтересів. Імідж держави – не тільки форма презентації її у світовому інформаційному просторі за географічними, культурними та історичними особливостями, це ще й кількісні показники щодо інвестиційного клімату, соціальних характеристик, туристичного потенціалу. Фіксацію кількісних показників здійснюють рейтинги міжнародних організацій з метою визначення сприйняття держави в світі та вироблення нею стратегій конкурентоспроможності. Міжнародні рейтинги на основі різнопланових порівняльних оцінок демонструють позитивні та негативні аспекти розвитку держави. Вони не лише фіксують економічні показники, а й досліджують також позиції держав у світі за рівнем: демократії, благонадійності, поширення новітніх технологій, легкості ведення бізнесу, верховенства права, освіти, сприйняття корупції, якості життя, рівнем щастя та ін. Основним призначенням рейтингу є збільшення інформаційної прозорості щодо життєдіяльності держави, постійна динаміка позицій держав у рейтингу, порівняння їх за певними сферами діяльності, виявлення негативних та позитивних змін та прогнозування майбутніх світових тенденцій. Саме тому, дослідження міжнародних індексів на формуванні іміджу держави на міжнародній арені є актуальним, аналіз кількісних показників дасть можливість врахувати існуючі негативні аспекти у формуванні міжнародного іміджу України та спрогнозувати тенденції щодо його покращення.

*Ключові слова:* імідж держави, міжнародний імідж, міжнародний рейтинг, національний бренд.

**Постановка проблеми.** У сучасній політичній картині світу імідж держави трансформувався до рівня надважливого фактору міжнародної політики та дипломатії, поряд із природними ресурсами, людським потенціалом та науково-технічними досягненнями. Він виступає інструментом зовнішньополітичних відносин та позиціонує державу в світовому інформаційному просторі. Цілеспрямована державна інформаційна політика сприяє формуванню асоціативного ряду ідентифікації держави на міжнародній арені.

Оскільки імідж – феномен динамічний, то при його створенні використовуються різноманітні інформаційно-комунікаційні технології формування образу політичних суб'єктів водночас зі збереженням національної ідентичності та культурних особливостей держави. Одним із чинників формування міжнародного іміджу є світові стандарти, сформовані міжнародною спільнотою та задекларовані у нормах міжнародного права і документах міжнародних організацій. Ці стандарти та їхнє дотримання щорічно фіксуються рейтингами міжнародних організацій та рейтингових агентств. Саме тому, міжнародні рейтинги є важливим джерелом отримання інформації про державу. Вони не лише визначають сильні та слабкі сторони, а й дають можливість проаналізувати позиції держави на міжнародній арені та сприяють виробленню нових стратегій її конкурентоспроможності.

**Аналіз досліджень і публікацій.** Дослідження особливостей формування та функціонування іміджу держави на міжнародній арені здійснюється представниками різних наукових шкіл, концепцій та теорій. Зокрема, вивчення іміджу як інструмента зовнішньої та внутрішньої політики держави зустрічаємо у працях зарубіжних та вітчизняних дослідників: Е. Бернайза, Ф. Буарі, Р. Джервіса, М. Маклюєна, К. Савон, О. Семченко, О. Чечель. Проблема іміджу держави на міжнародному рівні присвятили свої праці В. Данілов, Г. Пісгорська, Н. Яковенко. Питання функціонування образу України досліджували М. Копійка, Т. Попова, О. Щурко, О. Черноплеча, С. Денисюк та інші.

**Метою статті** є аналіз іміджу України в розрізі показників міжнародних рейтингів у період із 2020 по 2022 р. р.

**Виклад основного матеріалу.** Сформований у світовому співтоваристві імідж держави багато в чому визначає її місце на світовій політичній арені, ставлення до нього потенційних торговельних партнерів, інвесторів, туристів. Саме тому вчені розглядають зовнішньополітичний імідж як цілеспрямовано сформований образ держави, покликаний здійснювати вплив на формування громадської думки іноземної аудиторії. [1, с. 69]

Не зважаючи на індивідуальні складові формування іміджу держави, дослідники все ж виділяють низку узагальнених особливостей, таких як динамічність, інформативність, інформаційно-технологічність та адресність. [2]

Нині в науковій думці присутні три підходи формування іміджу держави, а саме – геополітичний, маркетинговий та брендинговий. Водночас, державна іміджеологія в практичному своєму застосуванні демонструє поєднання геополітичних образів, економічних категорій та PR-технологій. [3]

Важливим ресурсом отримання інформації про державу, демонстрацією її тенденцій розвитку, розуміння її сприйняття міжнародною спільнотою є міжнародні рейтинги.

У «Сучасному словнику іношомовних слів» знаходимо наступне трактування поняття «рейтинг»: «1. Числовий або порядковий показник успішності або популярності, який відображає важливість або вплив певного об'єкта або явища. 2. Показник оцінки діяльності, популярності, авторитету якоїсь особи, організації, групи, програм у певний час, що визначається соціологічним опитуванням, голосуванням та ін. і визначається місцем, яке вони посідають серед собі подібних. 3. Відносний показник надійності ділового партнера, банку, страхової компанії тощо. 4. Показник медіапланування – позначає частину цільової аудиторії, що контактує з конкретним медіаносієм». [4; с. 589] Виходячи з цього визначення, можна твердити, що рейтинг держави – це числовий показник її життєдіяльності.

Нині у світі існує велика кількість рейтингових організацій, що за спеціально створеними методиками виокремлюються певними країнами, а потім співвідносять їх за різними показниками і, як результат формують певне місце держави на міжнародній арені. Міжнародні рейтинги відрізняються один від одного базовими показниками та методологічними підходами. Рейтингові компанії окреслюють свої власні характеристики для визначення місця держави в рейтингу. Критерієм аналізу є індекс, тобто рейтингова оцінка за допомогою якої обчислюються досягнення держави в тій чи іншій сфері. Джерелами отримання інформації виступають офіційні урядові видання держав та опитування громадян.

Побудова рейтингу здійснюється за певним алгоритмом. Перш за все, необхідно сформувати концепцію рейтингу, визначити його мету та окреслити завдання. Наступний крок – визначення структури рейтингової системи та обґрунтування основних показників, збір інформації, аналіз отриманих даних та розрахунок індексу для визначення місця держави в рейтингу на основі цих оцінок. [5]

Отож, на формування іміджу держави впливають результати міжнародних рейтингів. Розглянемо деякі з них та проаналізуємо місце України в цих рейтингах у період 2020-2022 р.р.

Індекс глобальної конкурентоспроможності (GCI – Global Competitiveness Index) розроблений у 1979 р. Всесвітнім економічним форумом у Давосі (Швейцарія). При розрахунку індексу використовується 113 показників: 1/3 – це статистичні дані та розрахунки міжнародних організацій, а 2/3 – результати широкого опитування керівників великих компаній, здатних впливати на бізнес-клімат у тій чи іншій державі. Ці показники сформовані відповідно до 12 категорій, що й визначають національну конкурентоспроможність. Це – якість інститутів, інфраструктура, макроекономічна стабільність, здоров'я і початкова освіта, вища освіта і професійна підготовка, ефективність ринку товарів та послуг, ефективність ринку праці, розвиток фінансового ринку, рівень технологічного розвитку, розмір внутрішнього ринку, конкурентоспроможність компаній, інноваційний потенціал. За останні два роки (2020 р. та 2021 р.) Україна покращила свої показники до 55 та 54 позиції відповідно серед 144 держав світу, в 2019 р. Україна посідала 89 сходинку. [6]

Індекс людського потенціалу (HDI – Human Development Index) розраховується ООН щороку, починаючи з 1990 р., на основі вимірювання та порівняння рівня життя, грамотності, освіченості й довголіття громадян різних держав. У 2010 р. рейтинг зазнав істотних змін та був розширений новими маркерами: показником людського розвитку з врахуванням соціально-економічної нерівності, показником гендерної нерівності та багатовимірної бідності. Індекс людського розвитку здійснює класифікацію держав за рівнями:

- 0,800-1,000 (дуже високий);
- 0,700-0,7999 (високий);
- 0,550-0,6999 (середній);
- 0,350-0,549 (низький).

У 2020 р. Україна за індексом людського потенціалу посідала 74 місце (0,779), підвищившись в рейтингу на 14 пунктів порівняно з 2019 р.

Представники ООН передбачають у 2022 р. глобальне падіння індексу. Один із авторів звіту ООН Ахім Штайнер стверджує, що майже 80 держав світу матимуть проблеми, пов'язані з виплатою власного державного боргу. Але найважливішою причиною глобального падіння індексу в загальносвітових масштабах є повномасштабна війна російської федерації проти України, а також факторами ризику є наслідки пандемії COVID-19 та глобальні кліматичні зміни.[7]

Індекс верховенства права (Rule of Law Index) виступає кількісним інструментом для вимірювання дотримання принципів верховенства права у світі. Для його розрахунку для 139 держав використовуються статистичні дані та результати опитування профільних експертів та практиків за такими категоріями як: обмеження повноважень інститутів влади; відкритість уряду; відсутність корупції; цивільне та кримінальне правосуддя; порядок та безпека; правозастосування. За результатами звіту міжнародної організації громадянського суспільства – World Justice Project, що опікується просуванням верховенства права в усьому світі, Україна в 2021 р. посіла 74 місце, покращивши свої показники на 5 позицій порівняно з 2020 р. [8]

Індекс сприйняття корупції (CPI – Corruption Perceptions Index) – це щорічний рейтинг держав світу за показником рівня корупції, розроблений антикорупційною організацією Transparency International у 1995 р. Методологія індексу передбачає декілька незалежних опитувань серед міжнародних фінансових та правозахисних експертів, а також представників Світового банку, Азійського та Африканського банків розвитку та

міжнародної організації Freedom House та визначається кількістю балів від 0 (надзвичайна корупція) до 100 (немає корупції). Даний рейтинг фіксує рівень хабарництва, виведення державних коштів, здатність урядів стримувати корупцію, закони прозорості фінансової інформації, запобігання конфлікту інтересів серед держслужбовців, доступ громадян до інформації про державні справи та ін. За індексом сприйняття корупції у 2021 р. Україна отримала 32 із 100 балів та посіла 122 місце зі 180 держав, у 2020 р. індекс склав 33 бали та 117 місце відповідно. Тобто за рік Україна втратила 5 позицій, експерти пов'язують це з не виконанням владою ряду антикорупційних заходів та загальним зростанням тиску на антикорупційну екосистему, затримкою з імплементацією судової реформи. [9]

Індекс свободи преси (Press Freedom Index) публікується щорічно міжнародною недержавною організацією «Репортери без кордонів» на основі відомостей щодо дотримання свободи слова в світі. Індекс ґрунтується на результатах опитування журналістів, науковців, юристів та громадських правозахисних організацій і вимірює лише рівень свободи преси, а не є оцінкою якості журналістської діяльності. Методологію індексу складають статистичні дані (кількість арештів та нападів на журналістів, випадки цензури, тиск на засоби масової комунікації) та оцінка міжнародних й місцевих експертів.

У своєму щорічному звіті організація «Репортери без кордонів» зазначає, що за індексом свободи преси у 2022 р. Україна посідає 106 місце із 180 держав, втративши 9 позицій. Аналітики зазначають, що ще до початку повномасштабної війни загрозу медіа середовищу України створювала інформаційна війна з російською федерацією, а з початком російського вторгнення ці процеси посилилися: за 7 місяців загинуло 39 українських журналістів, російська армія на окупованих територіях змушує працівників ЗМІ до співпраці, ввівши тотальний контроль над інформацією, запровадивши військову цензуру та переслідування журналістів. Експерти організації «Репортери без кордонів» стверджують, що на нині Україна перебуває на лінії експансії кремлівської пропагандистської системи, а на міжнародному рівні спостерігаємо інформаційний хаос цифрового простору зі слабким регулюванням, що призводить до поширення неправдивої інформації та росту пропаганди. [10]

Вимірювання репутації держави на світовій арені здійснюють міжнародні індекси, дослідження яких пов'язане з національним брендингом. Одним із перших дослідників тематики національного бренду є Саймон Анхольт, який регулярно здійснює дослідження глобального індексу Anholt-GfK Roper Nation Brands Index («Індекс національних брендів»).

Індекс національних брендів (NBI) – індекс, що вимірює та оцінює репутацію найбільш розвинених держав у світі. Його методологія передбачає за посередництва соціологів проведення 60 000 (до 2021 р. було 20 000) онлайн-опитувань у 60 (до 2021 р. – 50) державах світу серед населення, віком від 18 років і старше за 5 критеріями: управління, культура, люди, туризм, імміграція та інвестиції. За результатами досліджень у 2020 році Україна знаходилася на 43 місці з коефіцієнтом 52,14, а в 2021 р. втратила 5 позицій і посіла відповідно 48 місце з показником 54,0. [11]

Country Brand Index – це глобальне дослідження, що вимірює силу національного бренду та проводиться компанією Future Brand серед 113 держав світу. Методика дослідження передбачає опитування аудиторії у віці від 20 до 60 років, що має певний туристичний досвід, та використовує трирівневу систему вимірювання нематеріальних цінностей держави: якість життя, культура, туризм, система цінностей, умови для бізнесу. Перший етап дослідження передбачає збір інформації про розвиток держави, її людський потенціал, темпи розвитку туризму та інновацій. На другому етапі оцінюється сприйняття держави

іноземною аудиторією, тобто аналізується поінформованість, вподобання та бажання респондентів, які брали участь в опитуванні, відвідати ту чи іншу державу та співпрацювати з її громадянами. Також вивчаються асоціації, які викликає та чи інша держава в іноземній аудиторії. На третьому етапі експерти аналізують отриману інформацію. Вся зібрана інформація в межах опитування застосовується для визначення та вивчення тенденцій, що будуть формувати імідж держави в майбутньому, зокрема в сфері розвитку туристичного бізнесу. Результати дослідження Country Brand Index у 2020 р. поставили Україну на 71 місце в рейтингу. [12]

Міжнародна незалежна компанія Brand Finance здійснює дослідження брендів держав за силою та вартістю. Методологія дослідження передбачає визначення сили національних брендів за системою показників, що вивчають інвестиційну привабливість, упізнаваність та ефективність бренду держави.

Результати дослідження 2022 р. неоднозначні для України. З одного боку, вони демонструють зниження вартості національного бренду на 22 млрд. дол. (зі 107 млрд. дол. до 85 млрд. дол.) у зв'язку з російською агресією, гуманітарною катастрофою та економічними збитками. Але, з іншого боку, зросла вага національного бренду, оскільки Україна успішно відстоює свою територіальну незалежність та залучилася підтримкою міжнародної спільноти. Показники сили українського бренду виросли більше, ніж на 5 пунктів з 52,8 до 57,9 із 100 можливих. Таке зростання відбулося за рахунок збільшення на 15% упізнаваності бренду. Також Україна покращила свої показники за такими категоріями як: верховенство закону, дотримання прав людини та довіри до ЗМІ. [13]

Проаналізувавши місце України у вищенаведених міжнародних рейтингах, що визначають політичну, економічну, соціальну, культурну складову, можемо стверджувати – за останні роки Україна дещо зміцнила свої позиції на міжнародному рівні, зокрема завдяки й маркетинговій стратегії «Ukraine now», що була запущена 2018 р. Метою даної стратегії було формування бренду держави через залучення інвестицій в Україну, збільшення туристичної привабливості, впізнаваності серед іноземної аудиторії.

Повномасштабна російська агресія трансформувала іміджеву державну програму. З цієї метою керівництвом держави та її дипломатичними представниками розпочато масштабну брендингову кампанію «Україна = Сміливість». Цікаво, що дана кампанія має як зовнішню так і внутрішню орієнтацію. Внутрішня кампанія зорієнтована на всіх українців, які виявили сміливість 24 лютого 2022 р. і продовжують її виявляти щодня. Мета міжнародної кампанії – створити імідж держави, де живуть сміливі люди, сміливі бізнеси та сміливі ідеї, і Україна готова поділитися своєю сміливістю зі світом. [15]

**Висновки.** Дотримання міжнародних стандартів та використання сучасних маркетингових тенденцій щодо формування іміджу держави на світовій арені індексується рейтингами міжнародних організацій, демонструючи як позитивні, так і негативні результати життєдіяльності спільноти. Присутність України в міжнародних рейтингах вже демонструє успішну реалізацію брендингової програми по позиціонуванню держави на світовій арені, але водночас середні та нижчі за середні показники рейтингів вказують на необхідність трансформації державної іміджеології.

Проаналізувавши міжнародні рейтинги такі, як: Global Competitiveness Index, Human Development Index, Rule of Law Index, Corruption Perceptions Index, Press Freedom Index та рейтинги дослідження національних брендів Nation Brands Index, Country Brand Index, Brand Finance, бачимо різноплановість їхніх методик, але всіх їх об'єднують спільні критерії: макроекономічні показники, людський потенціал, культурна спадщина, інвестиції. Кількісні показники держави в міжнародних рейтингах здатні впливати на формування

іміджу держави: вони можуть або нівелювати, або посилювати як негативні, так і позитивні стереотипи, відповідно змінюючи сприйняття тієї чи іншої держави у світі.

Одним з найголовніших зовнішньополітичних завдань України нині є формування та підтримка позитивного іміджу держави. Повномасштабна війна російської федерації проти України внесла відповідні зміни в життєдіяльність держави, що призвело до падіння певних показників у міжнародних рейтингах, зокрема, в економічній, інвестиційній, туристичній галузях (прогнозується спад ВВП на понад 30% у 2022 році, а рівень безробіття збільшиться на 35%), але водночас збільшилася зацікавленість іноземців до України: держава позиціонує себе як символ незламності та боротьби за свободу всього цивілізованого світу.

Таким чином, сучасна стратегія позиціонування України потребує врахування як внутрішньодержавних особливостей, загальносвітових тенденцій, так й результатів міжнародних рейтингів задля успішної конкурентоспроможності на міжнародній арені.

### Список використаної літератури

1. Данилов В. Особливості формування політичного іміджу держави. *Політичний менеджмент*. 2009. № 2. С. 67-72.
2. Осмолівська А. О. Чинники формування образу країни на міжнародній арені. *Політичне життя*. 2018. № 2. С. 80-85. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/pollife\\_2018\\_2\\_15](http://nbuv.gov.ua/UJRN/pollife_2018_2_15) (дата звернення: 20.10.2022)
3. Єремєєва І.А. Практичні аспекти формування міжнародного іміджу держави. *Регіональні студії*. 2021. № 24. С. 123-127. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/39531> (дата звернення: 25.10.2022)
4. Сучасний словник іншомовних слів: близько 20 тис. слів і словосполучень / уклад. О. І. Скопненко, Т. В. Цимбалюк. Київ : «Довіра», 2006. 789 с
5. Єріна А. М. Міжнародні рейтинги: статистичні аспекти обчислення та застосування. *Статистика України*. 2016. № 4. С. 66-75 URL: <http://194.44.12.92:8080/jspui/bitstream/123456789/2256/1/12.pdf> (дата звернення: 20.10.2022)
6. World Competitiveness Index URL: <https://www.imd.org/centers/world-competitiveness-center/rankings/world-competitiveness/> (дата звернення: 23.10.2022)
7. Звіт про Індекс людського потенціалу URL: <https://hdr.undp.org/data-center/human-development-index#/indicies/HDI> (дата звернення: 23.10.2022)
8. Rule of Law Index 2021. URL: <https://worldjusticeproject.org/sites/default/files/documents/WJP-INDEX-21.pdf> (дата звернення: 23.10.2022)
9. Corruption Perceptions Index. URL: <https://www.transparency.org/en/cpi/2021/index/ukr> (дата звернення: 23.10.2022)
10. Світовий індекс свободи друку 2022 року: нова ера поляризації. Звіт міжнародної організації «Репортери без кордонів» URL: <https://rsf.org/en/index> (дата звернення: 25.10.2022)
11. Anholt-Ipsos Nation Brands Index 2021. URL: <https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2021-10/NBI-2021-ipsos.pdf> (дата звернення: 23.10.2022)
12. Country Brand Index 2022-2023. URL: [https://www.bloom-consulting.com/en/pdf/rankings/Bloom\\_Consulting\\_Country\\_Brand\\_Ranking\\_Tourism.pdf](https://www.bloom-consulting.com/en/pdf/rankings/Bloom_Consulting_Country_Brand_Ranking_Tourism.pdf) (дата звернення: 23.10.2022)
13. Nation Brands 2022. The annual report on the most valuable and strongest. URL: <https://brandirectory.com/rankings/nation-brands> (дата звернення: 23.10.2022)
14. Тешева Л. В., Зеленський М. В. (2022). Розвиток та вдосконалення національного бренду України. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*. 2022. № 3. URL: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2022-3-02-01> (дата звернення: 23.10.2022)

15. Сміливість – тепер це бренд України. Міністерство та комітет цифрової трансформації України URL: <https://thedigital.gov.ua/news/v-ukraini-zapustili-proekt-pro-golovniy-natsionalniy-resurs-smilivist> (дата звернення: 25.10.2022)

## INTERNATIONAL INDEXES IN THE FORMATION OF THE STATES IMAGE

**Valentina Yemets**

*National Aviation University,*

*Faculty of International Relations, Department of International Relations,*

*Information and Regional Studies,*

*Lyubomyr Huzar Ave., 1, 02000, Kyiv, Ukraine,*

The article examines the international image of the State and analyzes the indicators of international ratings regarding the positioning of Ukraine in the international arena. The formation of a favorable image is necessary to ensure foreign policy relations with other states and is the implementation of a purposeful policy of representing national interests. The image of the state is not only a form of its presentation in the world information space according to geographical, cultural and historical features, it is also quantitative indicators regarding the investment climate, social characteristics, and tourist potential. Fixation of quantitative indicators is carried out by the ratings of international organizations in order to determine the perception of the State in the world and develop its competitiveness strategies.

International ratings that are based on various comparative assessments demonstrate positive and negative aspects of the State's development. They not only record economic indicators, but also examine the positions of the authorities in the world according to the level of: democracy, benevolence, development of the latest technologies, ease of doing business, the right of supremacy, education, perception of corruption, quality of life, level of happiness, etc. The main purpose of the rating is to increase information transparency regarding the vital activities of the State, the constant dynamics of the positions of the States in the rating, their comparison in certain spheres of activity, the identification of negative and positive changes and the forecasting of future world trends. That is why the study of international indices in the formation of the State's image on the international arena is relevant, the analysis of quantitative indicators will make it possible to take into account the existing negative aspects in the formation of the international image of Ukraine and predict trends for its improvement.

*Key words:* State image, international image, international rating, and national brand.