

In the article, a detailed analysis of the factors that determinate success of democratic transition is necessary to establish why Ukraine is unable to overcome transition and why totalitarian tendencies have lately become so overspread. The author claims that transition from authoritarians to democracy can happen in different way. There are two groups of factors that influence the characters of transition: structural, namely the social-economic/cultural and value-related preconditions that promote (or hinder) the establishment and strengthening of democratic institutions and norms; and procedural, namely the decision-making process by direct participants of democratic changes.

Key words: *democracy transit, theory of neopatrimonial, transformation, Ukraine.*

УДК 32.019.51

ББК 477

Тетяна Нагорняк

ІМІДЖ ЗБРОЙНИХ СИЛ УКРАЇНИ – ВЕКТОР ПОЛІТИЧНОГО РЕФОРМУВАННЯ КРАЇНИ У КОНТЕКСТІ ЇЇ НАЦІОНАЛЬНОГО БРЕНДИНГУ

Репутація ЗСУ разом з іміджем провідних українських міст, персон, туристичних і курортних зон та репутацією українського народу – надійна основа для зміцнення бренду “Україна” у контексті реформування політичної системи країни. Кожен другий громадянин сьогодні готовий захищати Україну, але в якісно нових умовах. Договірна армія і нові фінансові і технічні засади її розвитку – це популістське гасло політиків України. Сьогодні ми маємо слабкий міжнародний імідж України та її ВПК. Без будь-яких змін, Україна позбудеться суверенного статусу у світі, стане вразливою територією у центрі Європи.

Ключові слова: *політика, політична система.*

За умов зростання рівня техногенності світу та інформаційних війн, коли території стають товаром із власними характеристиками, інвестиційною привабливістю, сподіваннями та асоціативними образами в масовій свідомості, слід зауважити на тому, що імідж ЗСУ є складовою національного бренду, репутації України та вагомим елементом відчуття захищеності українців. Серед інших актуальних реформ, якісна трансформація ВПК України та іміджу ЗСУ в бік позитиву є нагальною проблемою, яка має вплинути на міжнародний імідж України та репутацію її державної влади.

Незважаючи на актуальність проблем безпеки України, дана тема є недостатньо розробленою. Проблема безпосереднього реформування ВПК України займалися такі вчені як Ю.Вашкулат, К.Куміньський, С.Яковлев [2], А.Марко [5], Петров І. [7]. Ними вперше було розглянуто військово-промисловий комплекс України у порівнянні із ВПК провідних Європейських держав. Питання ВПК і міжнародних відносин України стало актуальним після 2004 року, існує низка робіт як українських, так і зарубіжних авторів, зокрема О.Азшарова [1], К.Чупрін [10] і В.Кушерець [9]. Питанням системного аналізу реформування ВПК України за часів незалежності присвячені роботи В.Ф.Смолянюка [8].

Говорячи про стан актуалізації проблеми в практичній політиці та прикладній політології/соціології, слід визнати, що питання контрактної армії та реформування ЗС в Україні стали такими ж гострими питання маніпулювання масовою свідомістю у передвиборчому процесі, як і питання російської мови та єдиної помісної церкви. Тому, з точки зору емпірики, проблеми ЗСУ та ставлення до них громадян вивчаються постійно. Про це свідчать соціологічні опитування Research & Branding Group [3] та інституту Горшеніна [6]. Безліч проектів і цільових програм покращення зовнішнього іміджу України, через традиційне для нематеріальної сфери відсутність фінансування, фактично залишилися невиконаними.

Необхідність реформування ЗСУ і трансформації ставлення до ЗС українців залишається відкритим і актуальним питанням сучасності. Підставами, що його актуалізують, є результати соціологічних опитувань. Порівняно з 2008 роком, ставлення до

ЗСУ погіршилось на 10% через те, що українці (68,3%) вважають, що армія сьогодні не зможе захистити Україну у випадку загрози і додаткове й системне фінансування ЗСУ не вирішить проблему їх якості та легітимності (72,9%). Майже половина українців (47,9%) вважає головною проблемою сучасного становища ЗСУ у відсутності патризотизму в українській молоді. При чому 67,9% респондентів не засуджують прагнення молоді знайти шляхи отримання “жовтого квитка” чи “проходження військової служби” на кафедрі ВНЗу [6]. Не дивлячись на негативні результати соціологічних опитувань щодо становища ЗСУ, 76% мешканців України вважають себе патріотами, 72% гордяться тим, що проживають в Україні і кожний другий (52%) готовий захищати свою Батьківщину і родину [3].

Скорочення кількості армії та обіцянки про гідне фінансування контрактників з вуст провідних політиків не вирішить проблему [11]. Чекаючи справедливую і гідну владу, ми втрачаємо час. Слід ґрунтовним чином, силами академічних та вузькоспеціалізованих фахівців зміцнювати імідж ЗСУ. Покращення іміджу збройних сил України повинно стати ваговою складовою стратегії національного брендингу країни як документально, так і на практиці. Імідж ЗСУ повинен базуватися на чітких і позитивних образах, знаках і стереотипах про неї у масовій свідомості. Основними комплексними образами можуть стати наступні пари, де образ викликає емоцію:

- Образи візуалізованої ідентифікації військового України (символіка, форма, поведінка) = надійність;

- Сонорні образи ЗСУ (гімн України та профільні музичні композиції) = міцність та єдність країни;

Комунікаційні образи ЗСУ:

- Збройні сили України не просто наш захист і безпека, це – сила і фактор стабільності країни та її партнерства в світі;

- Офіційні документи – Концепції та Стратегії – це лише перелік завдань і планів, основне – це люди із бажанням і вмінням буди щасливими, успішними і вільними;

- Захищати Батьківщину – теж саме, що і захищати власну родину. Існують ті, хто має на це професійні навички, але кожний здатний стати під їх початок і зробити все, що зможе.

- Історія України – це історія визвольної боротьби, сили духа її воїнів і героїчність її синів. Сьогодні вона продовжується в онуках і нащадках українських героїв.

Отже, імідж ЗСУ разом з іміджем провідних українських міст, персон, туристичних і курортних зон та репутацією українського народу – надійна основа для зміцнення бренду “Україна” у контексті реформування політичної системи країни.

1. Азшарова О. А. Военно-промышленный комплекс и частный бизнес / О. А. Азшарова. – М. : Харвест. – 2006. – 318 с.
2. Вашкулат Ю. Український ВПК і Європа: порівняльний аналіз / Ю. Вашкулат, К. Куміньський, С. Яковлев. – К. : Знання України, 2002. – 142 с.
3. 20-летие независимости Украины в оценках и мнениях украинцев // Режим доступа : <http://www.rb.com.ua/rus/projects/omnibus/7778/>.
4. Кузин В. П. Военно-Морской флот СССР 1945–1991 / В. П. Кузин, В. И. Никольский. – С. Пб. : Историческое Морское Общество, 1996. – 653 с.
5. Марко А. Объем финансирования Минобороны Украины в 2012 году позволит осуществить переход от бюджета “проедания” к бюджету развития / А. Марко // Арсенал. – 2012. – №4. – С. 13–14.
6. Отношение украинцев к армии / Режим доступа : [/http://www.mediaport.ua/news/ukraine/78654/otnoshenie_ukraintsev_k_armii](http://www.mediaport.ua/news/ukraine/78654/otnoshenie_ukraintsev_k_armii).
7. Петров И. Тихое угасание ВПК Украины / И. Петров. – Режим доступа : [//http://www.vpk-news.ru/33-349/army/tihoe_ugasanie_vpk_ukraini.-21грудня2011р](http://www.vpk-news.ru/33-349/army/tihoe_ugasanie_vpk_ukraini.-21грудня2011р).
8. Смолянюк В. Ф. Військова могутність сучасної Української держави (політологічний аналіз) / В. Ф. Смолянюк. – Режим доступу : [// http://catalog.bnrm.md/opac/bibliographic_view/502424](http://catalog.bnrm.md/opac/bibliographic_view/502424).