

Отже, на сучасному етапі свого розвитку на шляху до євроінтеграції Україна як демократична, незалежна, правова держава намагається якісно по-новому визначити тенденції розвитку конституційного правосуддя, яке найбільш послідовно та у повному обсязі має захищати конституційні приписи від порушень на законодавчому, виконавчому та інших рівнях здійснення державної влади. Тому саме зараз в Україні нагальною є потреба вироблення єдиної конструктивної моделі конституційної правосуддя, яке могло б увібрати в себе всі позитивні риси європейської моделі конституційного правосуддя і забезпечити належну реалізацію та суто правовий захист чинної Конституції України.

Список використаних джерел

1. Портнов А. Историко-правові джерела виникнення конституційного судочинства / «Віче». – №5. – 2008 / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.viche.info/journal/872/>
2. Туркіна І.Є. Конституційне правосуддя в механізмі державного управління країн Західної Європи (на прикладах Італії, Німеччини, Франції) / Актуальні проблеми державного управління. – №1(41). – Київ, 2011. – С. 449-454.
3. Погорілко В.Ф., Федоренко В.Л. Конституційне право України. Підручник. 2-ге видання. – К.: Правова єдність, 2010. – 432 с.
4. Тацій В.Я., Грошевий Ю.М. Правові засоби охорони Конституції // Вісник Академії правових наук України. – 1995. – № 3. – С 35-42.

Надобко Олеся Олександрівна

Запорізький національний університет

Науковий консультант: Мальована Юлія Геннадіївна, кандидат політичних наук, доцент

Запорізький національний університет

ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІМІДЖЕВОЇ СТРАТЕГІЇ УКРАЇНИ

Європейський вектор розвитку нашої країни актуалізував питання розробки та впровадження іміджу України у світі, адже тепер вона виходить на ринок жорсткої міжнародної конкуренції. Проблеми реалізації іміджевої стратегії залишаються незмінними та потребують значних коректив і реальних дій.

Стратегія іміджу держави повинна враховувати такі аспекти, як інтереси, цінності, політичні пріоритети, погляди різних соціальних груп і тенденції суспільної думки міжнародного середовища; особливості зовнішньої та внутрішньої медіа-комунікації; сильні та слабкі сторони, загрози та можливості згідно внутрішнім потребам держави та мінливості світового розвитку; короткострокові та довгострокові цілі; гнучкість стратегії, адаптивність до ситуативних змін. Основними вимогами до неї є динамічність, аналітичність, раціональність, оптимальність, дієвість та результативність. В розробці та реалізації іміджевої стратегії існує нерозривний взаємозв'язок внутрішнього та зовнішнього іміджу держави, які не повинні суперечити, а навпаки вигідно взаємодоповнювати один одного.

Можна виділити декілька сфер, в яких реалізація іміджевої стратегії має власну специфіку, але у сукупності вони визначають загальний імідж держави: імідж демократії і влади, органів державного управління (на національному, регіональному та місцевому рівнях), економіки, інформаційної політики, збройних сил та туристичний імідж.

Імідж демократії і влади в Україні потребує значних зусиль та дієвих реформ. Зі 167 країн світу за даними на 2017 рік Україна посіла 83 місце у рейтингу демократій після Гондурасу та Чорногорії, випередивши Замбію та Малі. Причому за останні роки ми опустились на кілька щаблів даного рейтингу. За індексом сприйняття корупції Україна знаходиться на 130 позиції зі 180 позаду всіх європейських країн, що негативно характеризує імідж органів державного управління, а також робить нашу державу непривабливою для міжнародної співпраці та інвестування в усіх сферах. Неефективні реформи та протиріччя в самій правлячій верхівці викликають недовіру до влади та сприяють її делегітимації. Крім того, спостерігається погано налагоджена система комунікації між різними державними інститутами та структурами, що спричинює значні проблеми у розподілі повноважень та звітності різних ланок.

Позитивними зрушеннями у цій сфері є реформа децентралізації, яка сприяє розвитку демократії та громадянського суспільства, відповідає європейським вимогам і повинна слугувати

зменшенню рівня корупції, але її впровадження має також ряд нюансів. Прийдешні вибори в Україні 2019 року визначать чи зміниться напрямок діяльності та образ влади в країні.

Імідж економіки та загалом її розвиток в контексті трансформації економічної системи – це гостра проблема та нагальне питання для нашої держави, яке першочергово потребує вирішення. У зв'язку з конфліктом на Сході країни, корумпованістю та забюрократизованістю усіх державних структур, застарілістю інфраструктурних галузей в Україні виникає зовсім непривабливий інвестиційний клімат.

Популяризація іміджевої стратегії неможлива без успішного ведення інформаційної політики. У цій сфері перспективними видаються зроблені кроки у напрямку впровадження електронної демократії та урядування, створення структур відповідальних за інформаційну безпеку. Проте інформаційно-комунікаційна активність України на міжнародній арені досить низька, а сприйняття населенням подібних технологій йде повільно через низький рівень інформаційної культури та освіти у цій галузі, а також відсутність мотивації.

Сучасний імідж збройних сил України – одна з найбільш вдало розвинених сфер, яка відродилась з початком воєнних дій на Сході, і зараз потребує фінансування, підтримання позитивного образу та престижу з одночасним впровадженням новітніх технологій. Українська армія стала однією з найбільш боєздатних та високопрофесійних у Європі, і зайняла 29 місце у рейтингу найкращих армій світу за версією Global Firepower.

Туристична сфера має найбільшу кількість проблем. В Україні існує лише декілька регіонів, де розвивається ця галузь, і вони контрастують з усією територією країни. Хоча наша держава має значний потенціал та ресурси для розвитку туризму. Також існує необхідність у модернізації та популяризації символічної складової іміджу України – створенні яскравих міфів, зміні стереотипних образів, єдності та комплексного сприйняття характерних рис окремих регіонів.

Отже, актуалізація впровадження іміджевої стратегії України виявила ряд взаємопов'язаних проблем. Через фрагментарність та певну застарілість існуючого образу нашої країни неможливо створити цілісний та ефективний імідж держави. Адже він передбачає не тільки існування яскравого образу, певну «картинку», ілюзію дійсності, а й реальні дії та докорінні зміни як форми, так і сутності. Також формування та впровадження іміджевої стратегії вимагає використання арсеналу різноманітних маркетингових технологій та цілеспрямованого професійного управлінського процесу. І перед усім задача покладена на оптимізацію та активний комунікаційний процес, який би демонстрував відкритість території для контактів і позиціонував українську державу як сучасну, розвинуту та конкурентоспроможну, дозволяв зовнішнім суб'єктам краще пізнати її, впевнитися в суттєвості наявних у неї переваг.

Гончаров Андрій Андрійович

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

Науковий керівник: Попков Василь Васильович, доктор філософських наук, професор

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

СПЕЦИФІКА ПЕРЕДАЧІ ВЛАДИ В КНР, ЯК ДАНИНА КОНФУЦІАНСЬКІЙ СПАДЩИНІ

Політичний режим Китайської Народної Республіки з точки зору західної науки постає перед нами у вигляді «м'якого авторитаризму». З одного боку він має демократичний фасад у вигляді дорадчої функції демократичної партії по відношенню до комуністичної партії Китаю. З іншого – специфічні місцеві вибори, які дають змогу потрапити до владних структур вихідцям із інших партій. Та адміністративному устрою «Одна держава – дві системи» (Гонконг, Макао, Тайвань). І при цьому срок повноважень головного секретаря Комуністичної Партії Китаю з березня 2018 року є необмеженим. Тому, на нашу думку, необхідно розглядати Китай крізь призму цивілізаційних особливостей країни, щоб зрозуміти природу політичного режиму.