

УДК 327:314(477)

DOI <https://doi.org/10.30970/PPS.2023.46.36>

ПУБЛІЧНА ДИПЛОМАТІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ

Валентина Ємець

*Національний авіаційний університет, факультет міжнародних відносин, кафедра міжнародних відносин, інформації та регіональних студій,
пр-кт Любомира Гузара, 1, 03058, м. Київ, Україна*

Реалізація національних інтересів будь-якої держави на міжнародній арені передбачає постійну взаємодію з іншими країнами, як у політико-економічній, так і культурно-соціальної та інформаційно-комунікаційній галузях. Відповідно, головним завданням зовнішньої політики держави є захист власного національного інтересу та формування громадської думки зарубіжної аудиторії задля досягнення власних геополітичних цілей. Формуючи зовнішню політику, політичні еліти держав у своїй діяльності протягом всієї історії людства завжди апелювали до національного інтересу, національних цінностей та культурно-історичних особливостей. Ефективне просування національних інтересів на міжнародній арені передбачає здійснення цілеспрямованих, узгоджених та скоординованих дій всіх учасників зовнішньополітичного процесу. Адже без чітко означеного курсу національні інтереси держави не будуть досягатися системно та ефективно, а його недотримання може сприяти появі чи поглибленню стагнації, недовіри та конфліктності в суспільстві, призведе до негативного геополітичного впливу на процеси.

Цілеспрямована зовнішньополітична діяльність сприяє формуванню образу, завдяки якому здійснюється ідентифікація держави на міжнародній арені. Феномен «іміджу держави» в зовнішній політиці відомий від давніх часів, а в сучасних умовах розвитку міжнародної спільноти набув стратегічного значення. Зміцнення авторитету держави, презентація соціальних і культурних цінностей її громадян на міжнародній арені здійснюється механізмами публічної дипломатії. Формування позитивного іміджу України підчас повномасштабної війни з Росією полягає у протистоянні про-російському нарративу на міжнародній арені, у демонстрації своєї альтернативи путінському образу України, зміні стереотипних уявлень. Тобто, головним завданням української дипломатії є формування широкої коаліції на підтримку України, протистояння деструктивному російському впливу та лідерство в генеруванні ініціатив для досягнення перемоги. Саме тому актуальним є дослідження інформаційно-комунікаційних технологій публічної дипломатії у процесі формування позитивного іміджу держави.

Ключові слова: публічна дипломатія, зовнішня політика, імідж держави.

Постановка проблеми. Сприйняття тієї чи іншої держави іноземною аудиторією відбувається через призму стереотипних уявлень про цю країну. Саме тому завданням публічної дипломатії є не лише поширення позитивної інформації про країну через засоби масової комунікації, а й інтеграція політиків, державних урядових структур та недержавних акторів, корпорацій та всесвітньо відомих особистостей у систему бренд-менеджменту національної стратегії зовнішньої політики держави. Усвідомлюючи необхідність трансформації іміджу держави на міжнародній арені, державні структури починають все частіше використовувати при його формуванні елементи публічної дипломатії.

Аналіз досліджень і публікацій. Питання сутності публічної дипломатії досліджували у своїх працях такі вчені як: Е. Гулліон, М. Леонард, Н. Кулл, О. Висоцький. Зокрема,

С. Гуцал аналізує взаємозв'язок між публічною дипломатією та стратегічними комунікаціями. Дослідженню питання публічної дипломатії, як тактики формування привабливого іміджу держави, приділяє увагу Н. Качинська. Українські дослідниці І. Сухорольська та І. Климчук розглядають питання щодо реалізацію публічної дипломатії в умовах війни Росії проти України.

Метою статті є аналіз використання публічної дипломатії з метою формування образу України на міжнародній арені, зокрема, в умовах повномасштабної війни Росії проти України.

Виклад основного матеріалу. Формування та підтримка сприятливого іміджу держави на міжнародній арені не можливе без використання інструментів публічної дипломатії. Дефініція цього поняття в науковому дискурсі вперше була запропонована Е. Гулліоном, і представлена як форма впливу на іноземну аудиторію з метою реалізації цілей зовнішньої політики [1, с. 67]. Дослідник М. Леонард стверджував, що стратегія публічної дипломатії формується на основі репутаційних маркерів держави на міжнародній арені як спосіб формування громадської думки зарубіжної аудиторії щодо підвищення знань світової спільноти про ту чи іншу країну [2, с. 16]. Американський вчений Н. Кулл наголошує, що ефективність публічної дипломатії безпосередньо залежить від діалогу між урядом однієї країни із зарубіжною аудиторією інших держав [3].

Фахівці в галузі маркетингу розширюють поняття публічної дипломатії, додаючи до методів реалізації зовнішньополітичних завдань держави, крім інформаційних проєктів, освітніх та культурних обмінів, елементів цифрової дипломатії, ще й поняття національного брендингу. Розробляючи концепцію національного брендингу держав, англійський дослідник С. Анхольд зазначає, що створення позитивного бренду країни передбачає консолідацію стратегій, інвестицій, комунікацій різних сфер діяльності держави для реалізації єдиної мети – сприятливого позиціонування держави на міжнародній арені [3].

С. Гуцал відзначає, що поняття міжнародного іміджу держави було фактично відсутнє в українському науковому дискурсі до 2015 р. у зв'язку з неефективною інформаційно-комунікаційною політикою щодо просування українських національних інтересів на міжнародній арені [4]. З часу здобуття незалежності Україна позиціонувалася на міжнародній арені як молода демократична країна перехідного періоду з політичною нестабільністю, корупцією, неефективністю влади та невизначеністю розвитку. Переважна більшість науковців вважають тогочасний імідж України несприятливим, оскільки світова спільнота сприймала Україну як невливову маловідому державу з негативним інвестиційним кліматом. Науковиця А. Осмоловська зазначає, що Україна не змогла побудувати власний національний наратив, формування іміджу держави в інформаційному полі відбувалося під впливом сусідніх країн, зокрема Росії. Слабка позиція дипломатичного корпусу на міжнародній арені, криза ідентичності й незацікавленість влади сприяли неефективному формуванню міжнародного іміджу України [5, с. 226].

З 2014 р. Україна починає позиціонувати себе на міжнародній арені як європейська держава, що поділяє цінності цивілізованого та розвиненого суспільства. Важливим пріоритетом її зовнішньої політики стає стратегія європейської та євроатлантичної інтеграції з усвідомленням необхідності реалізації національних інтересів паралельно з реформуванням політичної та економічної систем. Водночас російська анексія Криму та окупація сходу України стали позначатися в міжнародному інформаційному просторі як «українська криза». Кожен п'ятий житель Європейського Союзу не вбачав різниці між Україною та Росією, а в кожного десятого українська держава асоціювалася з бідністю [6].

Усвідомлення державною владою України публічної дипломатії як інструменту реалізації зовнішньої політики відбувалося, в першу чергу, на рівні політичних інституцій, зокрема Міністерства закордонних справ. Це усвідомлення формувалося відсутністю України як національної держави в міжнародному просторі: європейська спільнота сприймала Україну як частину Росії, анексію Криму як реакцію на «ультранационалістичні загрози», окупацію сходу країни – «відгомін невирішених історичних проблем» [5, с. 227]. Водночас Росія продовжувала впливати на формування образу України як «братнього народу», який має спільне історично-культурне минуле. Україні необхідно було переконати міжнародну спільноту, що вона є самостійною європейською державою зі своєю національною спадщиною, а не виступає інструментом Росії для досягнення її геополітичних цілей. Саме тому, основним завданням публічної дипломатії стало встановлення двосторонньої комунікації у міжнародному інформаційному просторі, що можливе завдяки реалізації «м'якої сили» держави.

Розробник теорії «м'якої сили» держави Дж.Най стверджував, що публічна дипломатія формується на соціальних цінностях країни, її культурі та зовнішній політиці й відповідно реалізується у: щоденній комунікації із зарубіжною аудиторією, проведенні кампаній національного брендингу та науково-освітніх, культурних, спортивних проєктах [3].

З цією метою в структурі Міністерства закордонних справ України у 2015 р. було створено, спершу, Управління публічної дипломатії, що пізніше трансформувалося в департамент. Основні завдання даного структурного підрозділу полягали у розвитку медіа-відносин із громадськістю і громадськими об'єднаннями та реалізацією інформаційно-культурних та іміджевих проєктів України за кордоном.

До реалізації цілей публічної дипломатії були залучені такі державні структури як: Міністерство інформаційної політики (з 2020 р. – Міністерство культури та інформаційної політики України), Державне агентство розвитку туризму України, Державне агентство України з питань кіно, Національний центр Олександра Довженка, Український державний центр міжнародної освіти, Український інститут національної пам'яті, Національний фонд наукових досліджень та ін. Діяльність цих структур відповідно до їх функціонального призначення спрямовувалася на збереження культурної спадщини, розвиток української культури в контексті актуальних світових тенденцій, інтеграцію національного дослідницького простору в світовий (академічна мобільність, якість наукових досліджень), популяризацію видатних історичних постатей, відстоювання прав та свобод людини.

Досягненнями публічної дипломатії даного періоду є реалізація проєктів щодо підтримки Угоди про асоціацію між Україною та ЄС, проведення акцій на підтримку українських політичних в'язнів, які незаконно утримуються в Росії, розробка національної брендингової кампанії «UKRAINE NOW». Наймасштабніша міжнародна маркетингова кампанія «UKRAINE NOW» передбачала вироблення єдиного бренду держави, що буде використовуватися органами державної влади, представниками бізнесу та громадськості для візуалізації на міжнародній арені з метою залучення інвестицій та покращення туристичного потенціалу держави.

Після анексії українських територій Росією, у 2014 р., на загальнодержавному рівні стало зрозуміло, що поширення російської пропаганди, як в українському, так і в міжнародному інформаційному просторі, є елементом стратегії, спрямованої на знищення української незалежності, а протистояння деструктивному російському впливу – головним завданням публічної дипломатії України [7, с. 329].

У 2020 р. Міністерство закордонних справ разом із експертами, представниками громадськості та бізнесу розпочало роботу над розробкою стратегії публічної дипломатії

України, серед завдань якої була протидія стереотипам з метою покращення міжнародного іміджу держави. Міністр закордонних справ України Дмитро Кулеба, презентуючи «Стратегію публічної дипломатії Міністерства закордонних справ України на 2021–2025 р.р.», зазначає, що функцією публічної дипломатії є «встановлення діалогу «держава-людина» з урахуванням різноманіття національної та глобальної аудиторії, а також сприяння міжособистісним контактам «людина-людина», що особливо актуально в епоху широкого використання цифрових інструментів та соціальних мереж. Публічна дипломатія є також інструментом зміцнення національної стійкості та протидії гібридним загрозам, дезінформації та фейкам» [8; с. 183–184].

2022 р. став роком потрясіння не тільки для України, а й для всієї міжнародної спільноти: повномасштабне російське вторгнення в Україну кинуло виклик не лише нормам міжнародного права, принципам міжнародної безпеки, традиційній дипломатії, а й інструментам публічної дипломатії. Відповідно, головне завдання української дипломатії трансформувалося у формування широкої коаліції на підтримку України та лідерство в генеруванні ініціатив для досягнення перемоги.

Із початком повномасштабного російського вторгнення числені представники громадянського суспільства України почали проводити міжнародну діяльність, доносячи українську позицію зарубіжній аудиторії, водночас, позиціонуючи Україну як державу, що захищає глобальні суспільні блага, норми та цінності. Війна, що веде Росія проти України, передбачає не лише захоплення території та природних ресурсів, вона зосереджена на знищенні української історично-культурної спадщини, національної ідентичності, права українського народу на реалізацію власного геополітичного вибору.

Вівіан Волкер, виконавча директорка Консультативної комісії США з публічної дипломатії при Державному департаменті, зазначає, що «культура – головна ціль російської війни в Україні» [9]. Саме тому, з перших днів повномасштабної війни українська дипломатія проводить роботу, з одного боку, щодо позиціонування України не як країни третього світу, а як потужного регіонального гравця, гаранта продовольчої безпеки та захисника європейських цінностей, а з іншого боку – щодо обмеження представництва країни-агресора в міжнародних організаціях та інших форматах міжнародної співпраці. Протягом року Україна домоглася відсторонення Росії у більше, ніж 25 міжнародних організаціях та інших форматах багатосторонньої співпраці, зокрема призупинено членство Росії в Раді Європи, Раді ООН з прав людини, відсторонення від головування в Комітеті всесвітньої спадщини ЮНЕСКО.

Українськими культурними та академічними інституціями за підтримки дипломатичних установ проводилася міжнародна масштабна акція щодо зупинення культурної співпраці з Росією, зокрема вилучення російського продукту з фестивалів, конфернтних майданчиків, інших культурних заходів.

Україна позиціонує себе як країна багатокультурності та розмаїття в супереч російській пропаганді про «нацифіковане суспільство». Український інститут провів міжнародну діджитал-кампанію «Національні спільноти України у війні проти Росії», продемонструвавши приклади мультикультурності українського масового спротиву.

Використовуючи інструментарій публічної дипломатії, також відбулася трансформація й брендингової кампанії щодо позиціонування іміджу України на міжнародній арені. Нова кампанія отримала назву «Україна = Сміливість», її головною метою є формування міжнародного іміджу країни, як держави, де живуть сміливі люди, які захищають європейські цінності, та мають свій національний наратив.

Висновки. Діяльність публічної дипломатії направлена на формування сприятливого зовнішнього середовища для реалізації національного інтересу тієї чи іншої держави на міжнародній арені. Використання інструментів публічної дипломатії щодо інформування зарубіжної аудиторії щодо політики держави, встановлення контактів із лідерами думки у зарубіжних країнах, представлення культурно-освітніх програм та проєктів у галузі національного брендингу – все це спрямоване на формування позитивного іміджу країни на міжнародній арені.

Привернення уваги до формування іміджу України почалося з 2015 р. з усвідомлення відсутності національного позиціонування в міжнародному інформаційному просторі та трансформації того образу України, який сформувався Росією, починаючи з 1991 р. За цей час представниками урядових та неурядових структур, громадськості та бізнесу було проведено ряд важливих заходів, спрямованих на привернення уваги закордонної аудиторії до України: реалізація іміджевих та культурних програм, сприяння щодо залучення зарубіжних освітніх практик в Україну, трансформація туристичної галузі, популяризація історичної спадщини. Водночас російський вплив залишався домінуючим і міжнародна спільнота сприймала нашу державу через призму існуючих стереотипів, нав'язаних Росією. Саме події 2022 р. змінили погляд зарубіжної аудиторії. Нині Україна позиціонує себе на міжнародній арені як країна, що бореться за своє існування, захищає європейські принципи та міжнародне право, що сприяє позитивному формуванню іміджу. Водночас нагальні питання: боротьба з корупцією, економічні кризи, безробіття, реалізація норм права залишаються актуальними проблемами при формуванні іміджу держави.

Список використаної літератури

1. Glassgold S. M. Public Diplomacy: the evolution of literature URL: www.allacademics.com/pd_theory_and_notion.pdf.
2. Leonard M. Public Diplomacy. London: The Foreign Policy Center, 2002. 101 p.
3. Висоцький О., Висоцька О. Технології публічної дипломатії: методологічні принципи та практичний потенціал. *Епістемологічні дослідження в філософії, соціальних і політичних науках*, 2020 №3(1). С. 139–147. URL: <https://visnukpfs.dp.ua/index.php/PFS/article/view/1004>
4. Гуцал С. А. Публічна дипломатія та стратегічні комунікації: визначення концептуальних основ. *Міжнародні відносини Серія «Політичні науки»*. Київ, 2015. № 9. URL: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article
5. Нагорняк Т.Л., Осмоловська А.О. Присутність України в інформаційному просторі прикордонних держав після 2014 р. *Політологічний вісник КНУ імені Тараса Шевченка*. Київ, 2020. Вип.85. С. 226–236.
6. Качинська Н. О. Публічна дипломатія як тактика формування привабливого іміджу держави на міжнародній арені. *Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Історія. Політологія*. Маріуполь, 2011, № 2. С. 89–95.
7. Сухорольська І., Климчук І. Громадська (публічна) дипломатія в умовах агресивної війни Росії проти України. *Вісник Львівського університету. Серія філос.-політолог. студії*. 2022. Вип. 43. С. 322–331.
8. Стратегія публічної дипломатії Міністерства закордонних справ України на 2021–2025 р.р.: затв. наказом М-ва ЗСУ від 24.03.2021. URL: <https://mfa.gov.ua/storage/app/sites/>
9. Матвійчук Я. Україні пропонують стратегію культурного стримування проти російської пропаганди. *Голос Америки*. 2022, 27 травня. URL: <https://ukrainian.voanews.com/a/ukraini-strategiya-kulturnogo-strymuvannya>

PUBLIC DIPLOMACY AS A TOOL FOR FORMING IMAGE OF UKRAINE IN THE CONDITIONS OF FULL-SCALE WAR

Valentina Yemets

*National Aviation University, Faculty of International Relations,
Department of International Relations, Information and Regional Studies,
Lyubomyr Huzar Ave., 1, 03058, Kyiv, Ukraine*

Realization of the national interests of any state in the international arena involves constant interaction with other countries in the political-economic, cultural-social, and information-communication fields. Accordingly, the main task of the Targeted foreign policy activity contributes to the formation of an State's image, thanks to which the state is identified on the international arena. The phenomenon of "state image" in foreign policy has been known since ancient times, and in the modern conditions of the development of the international community, it has acquired strategic importance. Strengthening the authority of the state, presenting the social and cultural values of its citizens on the international arena is carried out by the mechanisms of public diplomacy. The formation of a positive image of Ukraine during a full-scale war with Russia consists in opposing the pro-Russian narrative on the international arena, in demonstrating one's alternative to Putin's image of Ukraine, and in changing stereotypes. That is, the main task of Ukrainian diplomacy is the formation of a broad coalition in support of Ukraine, opposition to destructive Russian influence and leadership in generating initiatives to achieve victory. That is why the research of information and communication technologies of public diplomacy in the process of forming a positive image of the state is relevant.

Foreign policy is the protection of its own national interest and the formation of public opinion of a foreign audience in order to achieve its own geopolitical goals.

Effective promotion of national interests in the international arena requires purposeful, coordinated, and agreed actions of all participants in the foreign policy process. After all, without a clearly defined course, the national interests of the state will not be achieved systematically and effectively, and non-compliance with it may contribute to the emergence or deepening of stagnation, mistrust and conflict in society, and will lead to a negative geopolitical influence on the processes.

The political elites of States in their activities throughout the history of mankind have always appealed to the national interest, forming the foreign policy of their country taking into account national values and cultural and historical features.

Targeted foreign policy activity contributes to the formation of an image, thanks to which the State is identified on the international arena. The phenomenon of "image of a State" in foreign policy has been known since ancient times, and in the modern circumstances of the international community development, it acquires strategic importance.

Strengthening of the State authority, presenting the social and cultural values of its citizens on the international arena is carried out by the mechanisms of public diplomacy.

That means, that the main task of Ukrainian diplomacy is the formation of a broad coalition in support of Ukraine and leadership in generating initiatives to achieve victory. That is why the research of information and communication technologies of public diplomacy in the process of forming a positive image of the state is relevant.

Key words: public diplomacy, foreign policy, state image.