

РОЗБУДОВА ІМІДЖУ СИЛОВИХ ВІДОМСТВ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ

Постановка проблеми. Публічна дипломатія – одна зі складових стратегічних комунікацій, на яку покладено ключове завдання – формування іміджу держави та її інституцій на міжнародному рівні, закріплення значимих брендів у глобальному інформаційному просторі. Розбудова іміджу має ґрунтуватися перш за все на сформованості державного/інституційного гранд-нарративу та транслюватися різним цільовим аудиторіям. Отже, публічна дипломатія передбачає формування іміджу всіх інституційних складових держави, зокрема силових відомств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основні теоретичні питання публічної дипломатії як комунікаційної технології, що спрямована на формування іміджу держави, її інституцій та протидію їхньому негативному позиціонуванню, розкрито в дослідженнях Е. Галліона, Дж. Найя; співвідношення публічної дипломатії та інших видів суспільної комунікації представлено у працях Дж. Брауна, Е. Гільбоа, В. Гусарова, Дж. Мангейма, Я. Меліси та ін. Питання щодо розбудови іміджу державних інституцій, зокрема силових відомств, у системі міжнародних комунікацій вивчалися А. Галумовим, Д. Гаврою, Д. Ротовським, Л. Пелепейченко, І. Лисичкіною.

Метою статті є обґрунтування підходу до розбудови іміджу силових відомств певної країни як складової публічної дипломатії. Завдання статті: 1) аналіз визначень публічної дипломатії в історії та традиціях безпекових інституцій різних країн; 2) висвітлення досвіду НАТО та країн ЄС у здійсненні публічної дипломатії; 3) доведення того, що позиціонування іміджу держави/інституту сектору безпеки та оборони є комунікативною технологією публічної дипломатії.

Виклад основного матеріалу. Термін «публічна дипломатія» був вперше використаний в 1965 році Е. Галліоном – деканом Вищої школи дипломатії імені О. Флетчера (США). На той час під публічною дипломатією розуміли засоби, за допомогою яких одні держави впливають на установки і думки інших народів і урядів. У чистому вигляді публічна дипломатія мала на меті:

– відкрите звернення громадських організацій, громадських діячів до аудиторій інших країн для роз'яснення цілей зовнішньої політики країни;

– спілкування між структурами громадянського суспільства, неурядових організацій в інших країнах для організації культурних і громадських заходів за кордоном;

Public diplomacy, public relations, civil-military relations in the system of strategic communications

– розвиток міжкультурних комунікацій через систему обмінів, освітніх і культурних проектів;

– активну роботу серед журналістів щодо формування актуального інформаційного порядку денного в світових ЗМІ та інше [3].

В американській традиції під публічною дипломатією розуміється урядова діяльність, спрямована на просування національних інтересів і національної безпеки через розуміння, інформування та здійснення впливу на зарубіжні аудиторії, а також розширення діалогу з іншими націями [8].

В імператив публічної дипломатії США покладено ідеї Дж. Найа щодо «м'якої» та «розумної» сили (*soft power*), згідно з якими інструментами м'якої сили мають стати політичні цінності, культура, принципи зовнішньої політики.

Поняття публічної дипломатії з розвитком міжнародних комунікацій набували нових значень. Так, для розуміння публічної дипломатії Дж. Най запропонував поняття *soft power* і визначив три його складових: культура (низка значущих для суспільства цінностей), політична ідеологія, зовнішня політика (дипломатія в широкому розумінні). Перші дві складові – історичне надбання нації, третя – суб'єктивний фактор, що зумовлюється політичною владою країни. *Soft power* – це не тільки, власне, «вплив» (*influence*), але і «привабливість» (*attractive power*). Ресурсами *soft power* в світовій політиці виступає все те, що «надихає і приваблює» до джерела відповідного впливу, дозволяючи тому, хто його контролює, домагатися бажаного ре-

зультату. Дж. Най описує шляхи нарощування потенціалу американської *soft power*. Найефективніший з них – *публічна дипломатія (public diplomacy)*, що має три виміри: щоденне направлене висвітлення зовнішньополітичних акцій; стратегічне спілкування; розвиток прямих контактів з іноземною аудиторією за допомогою системи обмінів, програм наукових стипендій, які дозволяє іноземним громадянам особисто знайомитися з країною [13].

Ці ідеї позиціоновано на офіційних державних ресурсах США: Under Secretary for Public Affairs (state.gov); Under Secretary for Public Diplomacy and Public Affairs (2001–2009.state.gov); U.S. State Department Under Secretary for Public Affairs (secretary.state.gov/www/outreach/index.html).

Поняття публічної дипломатії закріпилося у політичному та воєнному дискурсі США на початку XXI століття. Під ним розуміється «діяльність уряду Сполучених Штатів, що спрямована на досягнення цілей зовнішньої політики Сполучених Штатів шляхом зрозуміння, інформування і вчинення впливу на зовнішню аудиторію і окремих осіб, що формують громадську думку. Також розширення діалогу між американськими громадянами, інститутами та їхніми колегами за кордоном» (JP 3-53) (http://www.dtic.mil/doctrine/jel/new_pubs/jp1_02.pdf).

Американський конгресмен Генрі Хайд ще у 2001 році запропонував таке визначення публічної дипломатії: «Роль, яку я надав би для нашої публічної дипломатії – це залучення населення світу до загальної

Публічна дипломатія, зв'язки із громадськістю, цивільно-військові відносини в системі стратегічних комунікацій

справи і переконання його в тому, що цілі, які вони шукають самі по собі – свобода, безпека і процвітання – такі ж, як ті, що їх прагнуть Сполучені Штати» (<http://commdocs.house.gov/committees/intlrel/hfa76189.000>).

Розбудовою іміджу в системі публічної дипломатії активно опікується ЄС для чого використовує такі медійні інструменти – багатомовний телеканал «Euronews» (інтернет-канал – ua.euronews.com Live), сайт EUROPA (europa.eu). На сьогоднішній день кількість офіційних сайтів інституцій і компаній Євросоюзу з питань економіки, освіти, зовнішньої торгівлі, науки (всього – 26 галузей) налічує понад 400 одиниць.

Програмою публічної дипломатії ЄС можна назвати програму ПРИНЦЕ (*PRINCE – Programme prioritaire d'information au citoyen europeen*), що заснована в 1995 з ініціативи Європейського парламенту. В рамках цієї програми Європейська комісія здійснювала інформаційні кампанії задля висвітлення різних сфер діяльності Євросоюзу. В основу PRINCE було покладено такі принципи: взаємодія Єврокомісії, Європарламенту та Євросоюзу, співробітництво з національними урядами, спілкування із широкими верствами населення.

У грудні 2007 року Комісія представила стратегію «Комунікація про Європу через Інтернет. Залучення громадян» як продовження стратегії «Комунікація з Європою в партнерстві» (2007 р.). У документі позиціонується ідея щодо можливостей Інтернету у здійсненні комунікацій між інституціями ЄС і громадськіс-

тю, вивчення громадської думки, проведення європейських публічних дебатів, на яких жителі різних країн, які усвідомлюють себе громадянами ЄС, відкрито обговорюють спільні теми (http://ec.europa.eu/dgs/informatics/ecom/doc/sec_2001_0924_en.pdf, http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/site/en/com/2001/com2001_0428en01.pdf, http://ec.europa.eu/dgs/communication/pdf/internet-strategy_en.pdf).

Також був розроблений План Д – «Демократія, діалог та дебати» і випущена «Біла книга по комунікаційній політиці ЄС» (White paper on a European communication policy, COM (2006) 35 final). При підготовці «Білої книги» Комісія використовувала рекомендації, які містилися в резолюції Європейського парламенту щодо інформаційної та комунікаційної стратегій ЄС. У «Білій книзі» було введено в обіг новий термін «комунікаційна політика», який увійшов у поняттєву попередню парадигму – *інформаційна стратегія, комунікаційна стратегія*. З появою Комісара і Директорату з комунікацій стратегія перетворюється на політику, спрямовану на створення «Європейської громадської сфери» [2].

В українській традиції публічна дипломатія розуміється як «міжнародна діяльність, спрямована на публічну презентацію інтересів держав або легітимних інститутів (державних установ, недержавних організацій та окремих індивідів) в міжнародних відносинах. Публічна дипломатія також визначається як діяльність офіційних урядових установ, спрямована на формування міжнародного комунікативного середовища з метою позитивного сприй-

Public diplomacy, public relations, civil-military relations in the system of strategic communications

няття і розуміння зовнішньої політики держави і протидії негативному позиціонуванню. Основними інструментами публічної дипломатії є засоби масової комунікації, міжнародні і національні неурядові організації, міжнародні неформальні контакти і обміни» [5, с. 384].

Поняття публічної дипломатії вже увійшло у повсякденний обіг, про що свідчить визначення запропоноване Вікіпедією дванадцятьма мовами. Визначення англо-, франко- та німецькомовних Вікіпедій дещо відрізняється, що зумовлено національною специфікою. «Публічна дипломатія в міжнародних відносинах, громадській дипломатії та народній дипломатії, в широкому сенсі, є спілкуванням і поширенням пропаганди для зарубіжної громадськості, щоб встановити діалог, призначений для інформування та впливу. Існує не одне визначення публічної дипломатії, і може бути простіше описати, ніж дати визначення поняттю. Визначень досить багато та вони продовжують змінюватися з плином часу. Публічна дипломатія відбувається за допомогою різних інструментів і методів, починаючи від особистого контакту, інтерв'ю засобам масової інформації в Інтернеті та освітніх обмінів» (https://en.wikipedia.org/wiki/Public_diplomacy).

«У сфері міжнародних відносин, громадської дипломатії цей термін з'явився в середині 1960-х років, щоб описати поведінку зовнішньої політики, яка має місце в іноземній державі, або через медіа-мовлення національними мовами на певних територіях за допомогою різних культурних і міжособистісних зв'язків

серед еліт (випускників американських університетів, які отримали стипендії Фулбрайта, наприклад). Термін «публічна дипломатія» був особливо пов'язаний із інформаційним агентством Сполучених Штатів, яке використовувало цей термін для визначення своєї місії. Г-н Ханс Тач визначає цей термін як «зв'язок уряду із зарубіжною аудиторією задля позиціонування ідей та ідеалів власної країни, її інститутів і культур, міжнародних цілей та поточної політичної орієнтації» (https://fr.wikipedia.org/wiki/Diplomatie_publique). «Термін **публічна дипломатія** був введений на початку 1960-х років у США і описує орієнтацію сучасної дипломатії. Публічна дипломатія являє собою суміш іноземної пропаганди, політичного маркетингу, міжнародного взаєморозуміння і культурної дипломатії. Вона спрямована на поліпшення іміджу власної країни в сприйнятті іншими країнами» (<https://de.wikipedia.org/wiki/Diplomatie>). Отже, у всіх наведених визначеннях наголошується, що основна мета публічної дипломатії – створення позитивного іміджу власної країни за кордоном для посилення власного впливу на прийняття політичних рішень, привернення уваги лідерів суспільної думки.

Публічна дипломатія XXI століття має враховувати такі глобальні фактори, як превентивність військового вторгнення, розвиток інформаційних і комунікаційних технологій, що стискають час і відстань, а також зростання світових недержавних суб'єктів (терористичних мереж, блогерів), які кидають виклик державі та керованій політиці [14].

Публічна дипломатія, зв'язки із громадськістю, цивільно-військові відносини в системі стратегічних комунікацій

Отже, всі зазначені виклики зумовлюють активне використання технологій публічної дипломатії інститутами сектору безпеки та оборони.

Позиціонування силових відомств для внутрішніх та міжнародних аудиторій передбачає перш за все трансляцію певних узгоджених меседжів задля закріплення власного бренду. Наприклад, серед базових меседжів МІ-6 визначено такі:

– МІ-6 не проводить «масове спостереження»;

– МІ-6 дає «стратегічну перевагу» Великобританії;

– МІ-6 є унікальною структурою;

– МІ-6 дотримується вимог закону і норм етики;

– МІ-6 прагне бути гідною нації, якій служить (<https://www.sis.gov.uk>).

Система публічних комунікацій силових відомств має бути не лише *реактивною*, але й *проактивною*. *Реактивною* є та система, що змінюється лише тоді, коли її до цього примушують зміни в оточуючому середовищі, реактивність є своєрідною відповіддю на втрату комунікативної рівноваги. Так, реактивна відповідь спостерігається у реакціях силових відомств на кримінальні порушення, терористичні атаки, негативні повідомлення медіа тощо. *Проактивна* система налаштована на попередження негативних впливів, вона може намагатися змінювати інші системи у своєму оточенні, якщо передбачає певні деструктивні події. *Проактивними* комунікативними діями можна вважати промови перших осіб або спікерів інституцій, брифінги, прес-релізи,

цілеспрямовану постійну взаємодію зі ЗМІ задля донесення до різних аудиторій власної системи цінностей, місії, бренду тощо.

Фактично в рамках публічної дипломатії поєднується інформаційна та культурно-освітня діяльність. З одного боку, це інформаційне забезпечення політики країни, її інституцій, а з іншого – отримання розуміння і сприятливого ставлення до країни, її ідей і цінностей з боку інших націй за допомогою освітніх та культурних програм [9].

Публічна дипломатія може переслідувати і деструктивні цілі у межах стратегії інформаційно-психологічної війни, в основі якої принцип – змусити інших «захотіти» зробити те, що вам потрібно, використовуючи тактику залучення, а не боротьби [3].

Так, російські дослідники трактують публічну дипломатію західних країн, зокрема США, у негативному контексті, неправомірно порівнюючи публічну дипломатію, стратегічні комунікації, пропаганду. «Представники нової хвилі вивчення публічної дипломатії стверджують, що вона передбачає не тільки інформування та вплив. Сучасна пропагандистська діяльність – це, перш за все, розуміння запитів і очікувань цільової аудиторії, що стає важливим доповненням до існуючих концепцій публічної дипломатії. Оскільки термін «пропаганда» має негативну конотацію серед експертів і публіки, то поняття «стратегічна комунікація» трактується як діалогова інформаційна взаємодія, як нова концептуальна основа публічної дипломатії США. Нова концепція

Public diplomacy, public relations, civil-military relations in the system of strategic communications

діалогової пропаганди, що офіційно позначається Вашингтоном як стратегічна комунікація, стала домінувати у зовнішньополітичному дискурсі США. Практичне застосування нової концепції виразилося в новій реформі публічної дипломатії, спрямованій на розвиток програм пропаганди» [7].

Незважаючи на суцільну критику стратегічних комунікацій, зокрема публічної дипломатії, російські комунікатори активно використовують ці механізми задля здійснення деструктивного впливу на цільову аудиторію, перш за все, міжнародну. Приклади деструктивної публічної дипломатії Росії регулярно представляє ресурс Євросоюзу. Так, у період з 1 по 7 люте 2016 року ресурс повідомляє про активізацію обвинувачень з боку Росії інших країн у нацизмі: у передачі «Время покажет» Росія стверджує, що НАТО – терористична організація. ЦРУ і НАТО продають зброю ІДІЛ та завдяки НАТО в Європі з'явилося понад 5 тис. бойовиків ІДІЛ (<https://www.youtube.com/watch?v=ddDMDeTgfgz>); на каналі Ren TV (https://www.youtube.com/watch?v=HH7zjp2T_nE) стверджується, що усі українці – русофоби, в Україні починається полювання на побутових сепаратистів. Майно «ворогів народу» будуть віддавати донощикам (<http://antifashist.com/item/tyurma-za-bytovo-j-separatizm-imushhestvo-vragov-naroda-budut-otdavati-donoschikam.html>).

Найчастіше звинувачення в нацизмі звучать на адресу українців і жителів трьох держав Балтії. Але, по суті, будь-яка людина і будь-яка подія, якщо вони суперечать інтересам

Кремля, можуть бути «нацистами», наприклад, антирадянське повстання в Угорщині в 1956 році. Або ось недавній приклад: одне прокремлівське ЗМІ звинуватило нового міністра закордонних справ Канади в тому, що «вона – дочка пособника нацистів» (<http://bit.ly/2jILWu6>). До речі, пані Фріланд є помітним критиком Росії (<http://bit.ly/2jaCX4U>). Поряд з Канадою Великобританія і Німеччина також фігурували в репортажах ЗМІ, орієнтованих на дезінформацію. Російський федеральний телеканал у прайм-тайм звинуватив спецслужби Великобританії в «руйнуванні американської демократії, моралі американської преси і репутації» (<http://bit.ly/2kiOhem>).

Що стосується Німеччини, то тут метою, безумовно, була знову Ангела Меркель. Портал Breitbart спотворив (<http://bit.ly/2j5PXXI>) результати опитування громадської думки про майбутні вибори в Німеччині, заявивши, що «партія Меркель втрачає популярність, у той час як партія, яка виступає проти мігрантів, практично подвоїла свої результати», що не відповідає дійсності (<http://bit.ly/2jpnX24>).

Отже, публічна дипломатія інститутів сектору безпеки та оборони передбачає позиціонування їхнього іміджу різним цільовим аудиторіям і закріплення бренду, що викликає довіру.

Згідно іміджевого підходу [2; 3] зовнішній імідж країни (сприйняття громадянами взаємин власної держави й зовнішнього світу) має такі складові: *імідж демократії* – сприйняття громадянами демократичних перетворень, формування

Публічна дипломатія, зв'язки із громадськістю, цивільно-військові відносини в системі стратегічних комунікацій

громадянського суспільства й функціонування демократичних інститутів; *імідж збройних сил* – сприйняття громадянами збройних сил із позицій можливості армії бути «надійним щитом від зовнішніх загроз», якісного порівняння збройних сил країни зі збройними силами інших країн; *імідж інформаційної політики* – результат реалізації волі слова й позначає сприйняття громадянами свободи/несвободи ЗМІ. Проекція цього підходу на іміджетворчу діяльність інститутів сектору безпеки та оборони, що задіює механізми публічної дипломатії, дозволяє визначити такі концепти: *лідер* (керівник силового відомства), *модельні особистості*

(фахівці інституту, досягнення яких є суспільно значущими), *безпековий дискурс* (позиції щодо підтримання миру і безпеки, повідомлення ЗМІ, законодавча база тощо), *історія* (важливі події світового масштабу, в яких був позиціонований певний безпековий інститут або відомі історичні образи), *менталітет* (сукупність рис національного характеру), *міжнародний авторитет* (сучасна діяльність задля забезпечення безпеки у світі), *місія та цінності*. Всі зазначені складові мають позиціонуватися через системи певних наративів, узгоджених з державними наративами (рис. 1).

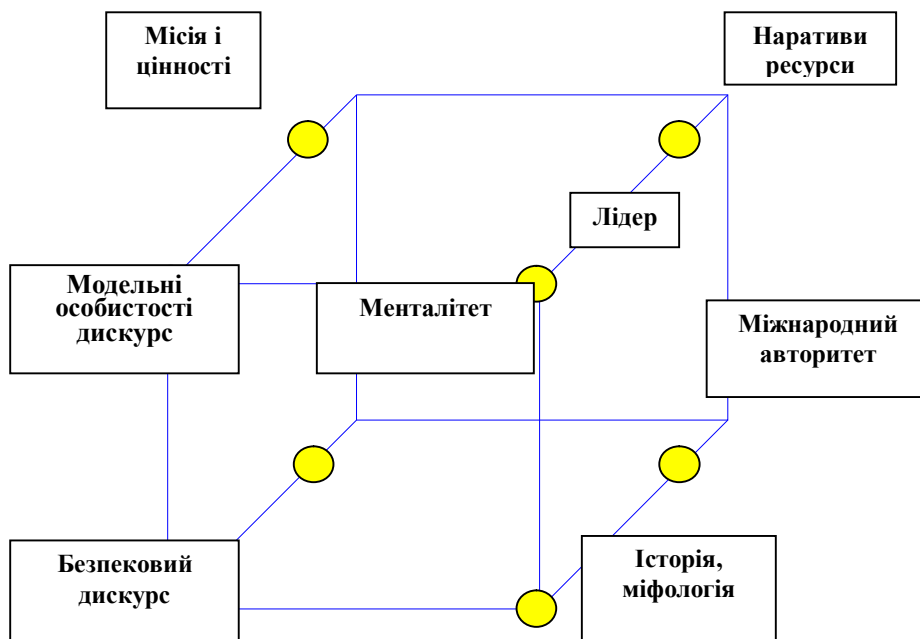


Рис. 1 – Модель зовнішнього іміджу інституту сектору безпеки та оборони

Висновки. Зовнішній імідж інституту сектору безпеки та оборони як комплексна форма комунікації має

забезпечувати максимально повне враження зовнішніх аудиторій, що сприяє досягненню стратегічних ці-

Public diplomacy, public relations, civil-military relations in the system of strategic communications

лей комунікації. Ефективний імідж є умовою результативності публічної дипломатії як окремого силового відомства, так і держави загалом,

сприяє формуванню довіри міжнародної громадськості та сприйняття наративів і меседжів держави (інституції)-комуніканта.

Список використаних джерел

1 Білоусова Н. Б. Еволюція розвитку та особливості формування інформаційної політики Європейського Союзу / Н. Б. Білоусова // Гілея. – 2013. – Вип. 70 (№ 3). – С. 828–832.

2 Гавра Д. Имидж территорий: технологии и опыт формирования / Д. Гавра, 2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : informatics-logistika-v-kommunikatsiyah-regiona.pdf.

3 Галумов А. Э. Опыт публичной дипломатии в формировании имиджа Европейского Союза в Российской Федерации : автореф. канд. дис. / А. Э. Галумов. – М., 2012. – 22 с.

4 Гусаров В. Секретные информационные технологии или тайны публичной дипломатии России / В. Гусаров, 2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://sprotyv.info/ru/news/kiev/sekrety-informacionnyh-tehnologiy-ili-tayny-publichnoy-diplomatii-rossii-analitika-gruppy>.

5 Українська дипломатична енциклопедія : [в 2-х т.] / [редкол. : Л. В. Губерський (голова) та ін.]. – К. : Знання України, 2004. – Т 1.

6 Шинкарук А. Л. Європейські публічні комунікації: культура, політика, технології / [Шинкарук А. Л., Парфенюк В. М., Кац Е. Я.]. – Рівне, 2013. – 286 с.

7 Цветкова Н. Публичная дипломатия США: от «мягкой силы» до «диалоговой пропаганды» / Н. Цветкова // Международные процессы. – 2015. – № 3(42). – Т. 13. – С. 121–133 [Електронний ре-

сурс]. – Режим доступу : <http://elibrary.ru/item.asp?id=24859089>.

8 An Association of Public Diplomacy Professionals [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://pdaa.publicdiplomacy.org>.

9 Brown J. Public Diplomacy and Propaganda: Their Differences / J. Brown // American Diplomacy Foreign Service Despatches and Periodic Reports on U.S. Foreign Policy, 2008 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.unc.edu/depts/diplomat/item/2008/0709/comm/brown_pudiplprop.html.

10 Cull N. J. 'Public Diplomacy' before Gullion: The Evolution of a Phrase / N. J. Cull // USC Center on Public Diplomacy. University of Southern California, 2006 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://uscpublicdiplomacy.org/index.php/newsroom/pdblog_detail/060418_public_diplomacy_before_gullion_the_evolution_of_a_phrase.

11 Gilboa E. Public Diplomacy in the Information Age / E. Gilboa // The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science. – 2008. – Vol. 616. – P. 182–183.

12 Manheim J. B. Strategic Public Diplomacy and American Foreign Policy: The Evolution of Influence / J. B. Manheim. – Oxford : Oxford University Press, 1994. – 209 p.

13 Nye J. S. Soft Power. The Means to Success in World Politics / J. S. Nye. – New York : Public Affairs, 2004. – 192 p.

Публічна дипломатія, зв'язки із громадськістю, цивільно-військові відносини в системі стратегічних комунікацій

14 Snow N., Taylor P. M. Handbook on Public Diplomacy / N. Snow, P. M. Taylor. – Southern California : Routledge, 2008. – 406 p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.twirpx.com/file/140539>.

Рецензенти:
доктор психологічних наук, професор
Н. Іванова,
кандидат психологічних наук, доцент
В. Бараннік

Аннотація: В статті аналізується розвиток публічної дипломатії як складової частини стратегічних комунікацій, освітлюється досвід НАТО та країн ЄС у впровадженні публічної дипломатії, доводиться, що позиціонування іміджу держави/інституту сектору безпеки та оборони є комунікативною технологією публічної дипломатії.

Ключеві слова: публічна дипломатія, стратегічні комунікації, інституційний імідж, психологія іміджу.

Abstract: In the article it is analyzed the development of public diplomacy as the part of stratkomu, it is highlighted the experience of NATO and the EU countries in the implementation of public diplomacy. It is affirmed that image positioning of state/institute of sector of defense and security is a communication technology of public diplomacy.

Key words: public diplomacy, strategic communications, institutional image, psychology of image.

УДК:355.451:341.7

ЧЕРНЕНКО Тетяна Василівна

СУТНІСНІ ОСОБЛИВОСТІ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ В СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ

*Найголовніша формула успіху –
знання, як поводитися з людьми.*

Т. Рузвельт

Постановка проблеми. Нагальна необхідність детального вивчення понять «стратегічні комунікації» та «публічна дипломатія», визначення

їх сучасних сутнісних рис викликані суттєвими розбіжностями щодо їх сприйняття та трактування у науково-практичному безпековому дискурсі.