

УДК 327.8

Технології формування та підтримки зовнішньополітичного іміджу держави

П.Г. ПЕТРОВ

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпропетровськ, Україна, E-mail: ppgdmo@gmail.com

Авторське резюме

У статті аналізуються особливості технологій формування зовнішньополітичного іміджу держави, висвітлюються узагальнюючі фактори, які представляють декілька груп соціологічних, політичних географічних, економічних, наукових та інших особливостей, що впливають на побудову дієвого та конкурентоспроможного іміджу, котрий є умовою та стратегічним ресурсом для досягнення цілей держави та її всебічного розвитку. Висвітлюються головні принципи політики держави, що спрямовані на формування та побудову дієвої, успішної політики іміджу та досягнення позитивних результатів у зовнішньополітичній діяльності держави. Досліджується алгоритм його побудови, що є універсальним для створення іміджу держави, незважаючи на те, що кожна держава є особливою, і тому необхідна своя система формування іміджу. Досліджуються етапи, їх особливості, характеристики побудови алгоритму іміджу. У статті окрема увага приділена встановленню та аналізу аспектів, що спрямовані на підтримку створеного зовнішньополітичного іміджу держави, що має на меті постійний розвиток існуючої системи іміджу, створення узгодженого комплексу заходів за основними фундаментальними напрямками, котрі б гарантували дієвість та виконання встановлених завдань, що спрямовані на досягнення певних результатів у зовнішньополітичному курсі держави.

Ключові слова: зовнішньополітичний імідж, технологічні аспекти, держава, фактори впливу, принципи формування, алгоритм формування зовнішньополітичного іміджу, етап побудови алгоритму, підтримка іміджу держави.

Technologies of development and support of the foreign image of the state

P.H. PETROV.

The Oles Honchar Dnepropetrovsk national university, Dnepropetrovsk, Ukraine
E-mail: ppgdmo@gmail.com**Abstract**

The article analyzes the features of the technology of forming the foreign image of the state, highlights generalize factors that represent a few groups of social, political, geographical, economic, scientific and other features that influence the construction of a sustainable and competitive image, which is a prerequisite and a strategic resource to achieve the goals of the state and its full development. Highlights the main principles of state policy aimed at forming and building an effective and successful policy of image and achieve positive results in the foreign policy of the state. Researched algorithm of its construction, which is to create a universal public image, despite the fact that each state is special, and therefore requires its own system of image formation. We study phases, their features, performance algorithm image construction. The article focuses on the establishment and analysis of aspects to support established foreign image of the state, which aims to constant development of the existing system image, creating a coherent set of measures in key fundamental areas, which would guarantee efficiency and compliance with established objectives aimed at achieve certain results in the foreign policy of the state.

Keywords: foreign image, technological aspects, state, impact factors, principles of formation, the formation of foreign policy algorithm image algorithm construction phase, supporting image of the state.

Постановка проблеми. Зовнішньополітичний імідж держави – це складне, багатоструктурне явище, яке займає вагомe місце у сучасних міжнародних відносинах, які сьогодні зосереджені на комунікаційному і дипломатичному потенціалі, авторитеті та репутації.

Сьогодні для держав одним із пріоритетних завдань є створення та управління іміджем країни для більш успішного та дієвого позиціонування у світовому просторі взаємовідносин. Зовнішньополітичний імідж держави постає вагомим інструментом впливу у світовій спільноті. Технологічно сформований зовнішньополітичний імідж держав збільшує результативність як зовнішньої, так і внутрішньої політики, гарантує державі авторитетне місце

у світових відносинах, тим самим забезпечуючи для держави всебічний розвиток у всіх сферах її діяльності.

Детально сформована та дієва технологія формування зовнішньополітичного іміджу держави, дозволить їй підтримувати конструктивний діалог у міжнародних взаєминах, ідентифікувати себе політично та соціокультурно, досягати економічних, зовнішньополітичних та інших цілей.

Аналіз досліджень і публікацій. Дослідження питання технологічного формування зовнішньополітичного іміджу держави та втілення іміджевої політики держави на практиці є актуальними у сучасній науці. Серед найбільш вагомих досліджень, які висвітлюють питан-

© П.Г. Петров, 2016

ня ролі іміджу держави у сучасній міжнародній спільноті та його побудові, слід відзначити праці таких дослідників: Т. Е. Грінберг [6], Т.А. Михайленко [3] та інші. Проблеми, особливості технологічного формування зовнішньополітичного іміджу держави та чинники, що впливають на нього, є об'єктом вивчення у роботах таких дослідників, як І. Ю. Кисельов [7], В. Е. Памеріна [4], Д. Шорбул [5], Ю Хунянь, [8]. Однак, незважаючи на значні напрацювання з цих питань, існує потреба у систематизації, узагальненні існуючих підходів до аналізу процесу побудови зовнішньополітичного іміджу держави.

Метою дослідження є аналіз технологічних характеристик, що формують зовнішньополітичний імідж держави, та інструментів його підтримки у сучасному світі.

Виклад основного матеріалу. Формування іміджу держави – багатоаспектне явище. Перш за все, воно складається, з одного боку, з ціленаправленої роботи фахівців з іміджу та політтехнологів, а з іншого – стихійно сформованого сприйняття. Створення зовнішньополітичного іміджу держави потребує значного часу та ресурсів. Держава є дуже складним феноменом для побудови іміджу з «чистого аркуша», імідж держави, перш за все, спирається на традиції сприйняття цієї держави, досвід багатьох поколінь, тобто історично створений імідж дуже складно змінити у суспільній свідомості. Зміна основних переконань суспільства у відношенні до тієї чи іншої держави можлива лише при різкій зміні ситуації в країні або внаслідок надзвичайної ситуації: війна, державний переворот, терористичний акт державного масштабу тощо. Але навіть при найбільш негативних сценаріях подій раніше створені стереотипи залишаються у підсвідомості аудиторії. Сформована нова іміджева політика цілком може змінити уявлення про державу лише зі зміною декількох поколінь [3, с. 14-17].

На формування зовнішньополітичного іміджу держави впливає велика кількість факторів, які можливо виокремити у декілька груп. До першої групи можна віднести такі фактори впливу на імідж держави, як: природно-ресурсний потенціал, національне та культурне надбання, постійні геополітичні фактори (географічне положення, площа займаної території, протяжність кордонів країни, вихід до морів, океанів), історичні події, що вплинули на розвиток держави (великі наукові, географічні відкриття, війни, завоювання, певні історичні постаті, представники народу, що невід'ємно асоціюються з певною країною), форма держави.

Окремо можна виділити групу соціологічних факторів впливу: соціально-психологічний настрій у суспільстві, форми суспільно-політичної інтеграції народу, структура, характер та принципи діяльності суспільно-політичних

об'єднань, морально-етичні аспекти розвитку суспільства.

Також безпосередню роль у формуванні іміджу держави відіграють інституційні фактори: стійка економіка, яка оцінюється комплексом показників динаміки валового внутрішнього продукту, рівнем доходів на душу населення, об'ємом інвестицій, що залучаються, гарантією прав та свобод суб'єктів економічної діяльності, правовий простір країни та його відповідність до світових норм, ефективність державного регулювання у всіх сферах.

Доцільно відзначити й те, що формування та просування державою свого зовнішньополітичного іміджу є суспільно значущим завданням, яке, в свою чергу, має комплексний характер, одночасно торкаючись майже всіх ключових сфер життя національного суспільства і потребуючи більшої уваги до розробки та реалізації відповідного державного курсу. Зважаючи на це, політика формування зовнішньополітичного іміджу держави за своїм змістом, спрямованістю, методами, відповідними, очікуваними результатами і принципово відмінними характеристиками суттєво відрізняється від інших напрямків політики держави, наприклад, політика у сфері спорту, економіки, освіти, науки. Найважливішим принципом політики держави спрямованої на створення зовнішньополітичного іміджу є чітко окреслена стратегічна орієнтація, яка визначає цілі та завдання, засоби, кошти, механізми, етапи, а також запропоновані і можливі (передбачувані) результати, відповідної політики, що проводить держава у цій сфері.

На сьогодні не існує чітко встановленої системи для формування зовнішньополітичного іміджу держави. Перш за все це пов'язано зі складністю самого поняття «імідж», а точніше – його багатогранною структурою. Відсутність системи формування можна пояснити тим, що кожна держава є особливою, і для кожної потрібна своя система формування іміджу, яка б уособлювала певні конкретні особливості тієї чи іншої держави. Т. Е. Грінберг визначає певний алгоритм формування зовнішньополітичного іміджу держави, який, у певному сенсі, є універсальним для іміджевої політики і включає в себе основні етапи її розробки [6].

Першим етапом побудови алгоритму формування зовнішньополітичного іміджу держави є оцінка ситуації (дослідження та аналіз). Дослідження в іміджевій програмі повинно в першу чергу фокусуватися на визначенні потреб аудиторії, вивченні параметрів іміджу (власних уявлень суб'єкта) та поточного образу суб'єкта, тобто тих уявлень, що сформовані у різних аудиторіях. Імідж держави являє собою інструмент пізнання реальності, не тільки «своєї», але й інших акторів міжнародних відносин. Він є не тільки інструментом, але й результатом процесу пізнання. Важливість фор-

мування іміджу держави полягає в тому, що він функціонує надалі у всій системі взаємовідносин акторів. Слід відзначити, що сконструйований імідж держави, частіш за все, відіграє більш вагому роль для побудови взаємовідносин, ніж об'єктивні характеристики держави.

Сформований імідж повинен комплексно впливати на об'єкт своєї уваги, заради досягнення цієї мити, початковим етапом дослідження, повинно стати аналіз аудиторії, параметрів її уподобань.

Після оцінки ситуації поточний імідж держави співвідноситься з позитивними очікуваннями, які обрані аудиторією. Ті аспекти, що отримали співпадіння, стають основою іміджу, що формується.

Наступним етапом формування іміджу є позиціонування, яке полягає у пошуку та демонстрації відмінної, індивідуальної переваги серед інших суб'єктів.

Існують різноманітні типи позиціонування: за перевагою суб'єкта, кращого для цільової аудиторії, протиставлення певним групам суб'єктів, позиціонування проти конкретних конкурентів, позиціонування за асоціацією або проблемами. Іміджеві характеристики подаються різним аудиторіям, тому доцільно використовувати комбінацію позиціонувань беручи до уваги пріоритети конкретної аудиторії. При загальному наборі іміджевих характеристик ступінь їх вагомості буде різною для відмінних аудиторій, цей аспект повинен враховуватися під час обрання пріоритетних параметрів іміджу держави при його формуванні.

Вибір та розробка комунікативних стратегій просування характеристик іміджу є наступним етапом його формування. Найголовніша проблема у цьому етапі – це взаємодія із засобами масової інформації. Інформаційний простір повинен формуватися не лише у визначеній ідеологічній парадигмі, інформація повинна бути конкурентоспроможною, відповідати встановленим у медіа-середовищі стандартам. Засоби масової інформації здійснюють безпосередній вплив на ключову аудиторію, з якою встановлюється зв'язок на різноманітних рівнях, основа взаємодії полягає у формуванні постійного інформаційного потоку, що буде накопичувати та просувати встановлені ідеї до загальних мас, і тим самим формувати у них відповідний імідж держави. Формування цього інформаційного потоку потребує надання якомога більшої кількості інформації, що забезпечило б неперервне джерело новин, де буде надаватися чітка інформація, запропоновувати свої версії розвитку подій та пояснювати їх [6; 4, с. 81].

Взаємовідносини із засобами масової інформації як вітчизняними, так і зарубіжними, буде ефективним для формування зовнішньополітичного іміджу держави, а в перспективі й сталої репутації, тільки якщо ці взаємовід-

носини побудовані на довірі, тобто, довіряти об'єктивності журналістів та поважати їх прагнення опублікувати інформацію, дійсно цінну і актуальну для аудиторії, інформаційні джерела мають бути достовірними.

Формування зовнішньополітичного іміджу – це складний багатогранний процес, але, не менш важливим є й підтримка створеного іміджу, тобто подальший його розвиток, корекція в рамках заданої концепції.

Перш за все, підтримка іміджу держави полягає у постійних діях, що спрямовані на постійний розвиток створеної системи формування іміджу, узгоджений комплекс заходів за основними фундаментальними напрямками.

Наприклад, у політико-правовій сфері підтримки сформованого позитивного іміджу у міжнародних відносинах здійснюються такі дії, які демонструють та підтверджують обраний політичний курс держави, встановлену позицію у зовнішній політиці. Також повинні відбуватися дії, направлені на постійний розвиток багатосторонніх відносин, які, в першу чергу, повинні будуватися країною на принципах взаємоповаги, неконфліктності, тобто вирішення проблем, спорів, що виникають у процесі двостороннього та багатостороннього діалогу лише загальноновизнаними дипломатичними методами взаємодопомоги. Підтримка постійного діалогу демонструє участь у вирішенні глобальних міжнародних проблем, підтримує авторитет держави та надає їй позитивної репутації.

Важливим у сприянні розвитку та укріпленні сформованого зовнішньополітичного іміджу держави є постійне вдосконалення своєї законодавчої бази, приведення законів та норм права у відповідність до загальноновизнаних світових правових критеріїв. Участь у цій сфері не повинна зупинятися лише на імплементації міжнародних норм права в національну правову систему та суворого дотримання цих прийнятих норм. Для підтримки свого іміджу держава повинна бути також ініціатором новацій, створювати свої ідеї, закони, які вдосконалювали б світову систему [7, с. 93-103].

Також важливим у підтримці та розвитку іміджу держави є культурна складова. Вона полягає у створенні політики держави, що спрямована на просування своїх культурних цінностей та ідеалів у світовий простір. Тобто, певною мірою, насадження їх особливостей іншим націям. Діяльність держави у цьому аспекті повинна бути направлена на проведення різноманітних культурних заходів (день культури, ярмарки культури тощо), тобто повинен відбуватися міжкультурний обмін між народами, який є невід'ємним атрибутом розвитку людського суспільства. Жодна, навіть наймогутніша в політичному і економічному відношенні держава, не в змозі задовольнити культурно-естетичні запити і потреби своїх громадян без звернення до світової культурної

спадщини, духовного надбання інших країн і народів.

Культурні обміни покликані встановлювати і підтримувати стійкі і довготривалі зв'язки між державами, громадськими організаціями та людьми, робити внесок у налагодження між-державної взаємодії в інших галузях, в тому числі у сфері економіки.

Міжнародне культурне співробітництво включає зв'язки в галузі культури і мистецтва, науки і освіти, засобів масової інформації, молодіжних обмінів, видавничої, музейної, бібліотечної та архівної справи, спорту і туризму, а також по лінії громадських груп та організацій, творчих спілок та окремих груп громадян [8, с. 116].

Такі дії допомагають привернути увагу зарубіжного суспільства, створити симпатію до певної держави, заручитися певною підтримкою тим самим створюючи позитивний зовнішньополітичний імідж держави.

Важливою є інформаційна політика держави, як один з методів підтримки свого іміджу, тобто інформаційні потоки, розраховані на велику, гетерогенну аудиторію, як правило, розділену просторовими і часовими бар'єрами. Це донесення інформації про свою державу за допомогою телебачення, радіомовлення, Інтернету.

Роль засобів масової інформації в політиці та економіці продовжує стрімко посилюватися. Це обумовлено в першу чергу тим, що в сучасному світі, побудованому на гострій політичній та економічній конкуренції, центральним фактором у досягненні будь-яких значних цілей стає відповідно аналіз громадської думки за допомогою інформаційних комунікацій. В умовах глобалізації, масового розвитку інформаційних технологій та всесвітнього обміну ін-

формацією досягнення не тільки політичних, але й комерційних цілей стає практично неможливим без грамотно налагоджених зв'язків з громадськістю, де основним інструментом виступають медіатехнології. Підтримка зовнішньополітичного іміджу у засобах масової інформації потребує від держави створення налагодженої системи подачі багаторакурсної інформації перш за все до світової аудиторії, створюючи у неї фундамент знань про держави заради подальшого створення у їх підсвідомості відповідного іміджу. За цим аспектом повинно проводитися постійний контроль та відбір інформації, що надається, тим самим, це допоможе у підтримці сформованого образу держави [5, с. 130-133].

Висновки. Формування зовнішньополітичного іміджу держави це складний та тривалий процес. Перш за все, складнощі пов'язані з відсутністю усталеної системи з технологічної побудови іміджу держави. Кожна країна має свої особливості, спираючись на які повинна ґрунтуватися її робота з формування свого зовнішньополітичного іміджу. В силу багатогранності та існування різноманітних підходів до розуміння іміджу держави кожна держава повинна чітко визначити це поняття для себе, його вагомість у сучасних міжнародних відносинах. Побудова іміджу сьогодні повинна бути пріоритетною для зовнішньої політики держави. Проведення грамотної іміджевої політики, як визначення напрямків на основі яких можливе формування іміджу держави та методів його підтримки, дасть змогу побудувати дієвий, конкурентоспроможний зовнішньополітичний імідж держави, який у сучасній світовій політиці є невід'ємною частиною у досягненні зовнішньополітичних, економічних та інших цілей держави.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Качинська, Н. Політичний імідж держави: структурні та комунікаційні компоненти феномена [Текст] / Н. Качинська // Віче. – 2009. – № 22. – С. 24–27.
2. Лябухов, И. В. О соотношении понятий «имидж государства» и «имидж страны» [Текст] / И. В. Лябухов // Политология. – 2010. – № 5. – С. 250–253.
3. Михайленко, Т. А., Лебедева, Т. П. Имидж государства в мировом политическом пространстве: структурные модели формирования [Текст] / Т. А. Михайленко, Т. П. Лебедева // Государство и общество. – 2011. – № 1. – С. 13–28.
4. Памерина, В. Э. Образ и имидж государства в системе современной коммуникации [Текст] / В. Э. Памерина // Молодой ученый. – 2013. – № 6. – С. 80–83.
5. Шорбул, Д. Сучасні інформаційні технології та системи [Текст] / Д. Шорбул // Стратегічна панорама. – 2000. – № 3. – С. 128–135.
6. Гринберг, Т. Э. Образ страны или имидж государства: поиск конструктивной модели [Электронный ресурс] / Т. Э. Гринберг // Медиаком. – 2008. – № 2 – Режим доступа: <http://mediascope.ru/node/252> – Назва з екрана
7. Киселев, И. Ю. Проблема образа государства в международных отношениях: конструктивная парадигма [Электронный ресурс]. / И. Ю. Киселев // ПОЛИТЭКС. – 2010. – № 2. С. 90-105. – Режим доступа: <http://www.politex.info/content/view/367/30> – Назва з екрана
8. Хунянь, Ю. Влияние распространения культуры на имидж государства [Электронный ресурс]. / Ю. Хунянь // Коммуникация в социально-гуманитарном знании, экономике, образовании: тезы доп. III международной научно-практической конференции. – Минск, 2012. – С. 116-117. – Режим доступа: http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/17498/1/p_116-117.pdf – Назва з екрана

Стаття надійшла до редакції 15.02.2016

REFERENCES:

1. Kachynska, N., 2009. Politychnyi imidzh derzhavy: strukturni ta komunikatsiini komponenty fenomenu [The political image of the state: structural components and communication phenomenon]. *Viche* 22, 24-27 (in Ukrainian).
2. Lyabukhov, I.V., 2010. O sootnoshenii ponyatiy «imidzh gosudarstva» I «imidzh strany» [On the relation between the concepts of «state image» and «the country's image»]. *Politologiya* 5, 250-253 (in Russian).
3. Mikhaylenko, T.A., Lebedeva, T.P., 2011. Imidzh gosudarstva v mirovom politicheskom prostranstve: strukturnye modeli formirovaniya [The state's image in the global political space: the structural model of formation]. *Gosudarstvo I obshchestvo* 1, 13-28 (in Russian).
4. Pamerina, V.E., 2013. Obraz I imidzh gosudarstva v sisteme sovremennoy kommunikatsii [The image and the image of the state in the system of modern communication]. *Molodoy uchenyy* 6, 80-83 (in Russian).
5. Shorbul, D., 2000. Suchasni informatsiini tekhnolohii ta systemy [Modern information technologies and systems]. *Stratehichna panorama* 3, 128-135 (in Ukrainian).
6. Grinberg, T.E., 2008. Obraz strany ili imidzh gosudarstva: poisk konstruktivnoy modeli [The image of the country or the state's image: design model search]. *Mediascope* 2. Regime to access: <http://mediascope.ru/node/252> (in Russian).
7. Kiselev, I.Yu., 2010. Problema obraza gosudarstva v mezhdunarodnykh otnosheniyakh: konstruktivnaya paradigma [The state image problem in international relations: constructive paradigm]. *POLITEKS* 2, 90-105. Regime to access: <http://www.politex.info/content/view/367/30> (in Russian).
8. Khunyan, Yu., 2012. Vliyanie rasprostraneniya kultury na imidzh gosudarstva [Effect of dissemination of culture on the image of the state]. *Kommunikatsiya v sotsialno-gumanitarnom znaniy ekonomike, obrazovanii: tezy dop. III mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii. Minsk, 116-117*. Regime to access: http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/17498/1/p_116-117.pdf (in Russian).

Петров Павло Григорович – аспірант

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара

Адреса: 49010, м. Дніпропетровськ, пр. Гагаріна, 72

E-mail: ppgdmo@gmail.com

Petrov Pavlo Hryhorovych – postgraduate

The Oles Honchar Dnepropetrovsk national university

Address: 72, Gagarin Av., Dnipropetrovsk, 49010, Ukraine

E-mail: ppgdmo@gmail.com