



КОЧУБЕЙ Ю.М.,
кандидат філологічних
наук

*Дипломатична
академія України
при МЗС України*

**ІМІДЖ
ДИПЛОМАТА -
ІМІДЖ КРАЇНИ**

У виступах на нашій конференції неодноразово підкреслювалося значення підготовки кадрів для дипломатичної служби нашої країни. Дипломатична академія України при МЗС України вже набула певного досвіду в практичній педагогічно-дидактичній роботі, намагаючись відповідати потребам сьогодення у забезпеченні зовнішньополітичної діяльності нашої держави необхідними кадрами. Є й певні, побудовані на узагальненні десятирічного досвіду теоретичні наробки, що стосуються різного роду аспектів дипломатичної служби, її змісту і модусу операнді.

Безперечно, останнім часом багато уваги приділяється вивченню проблематики людських ресурсів і управління ними, особливо відзначається роль спеціалістів-менеджерів, здатних забезпечити успіх будь-якої справи шляхом ефективного використання наявних ресурсів і умілого управління відповідним персоналом. При цьому не забувають підкреслити значення репутації, реноме, чи як тепер модно говорити, іміджу

і самої справи, політичної акції чи комерційної і тих, хто її здійснює.

Успіх зовнішньополітичної діяльності держави теж забезпечують люди – дипломатичні працівники чи інші державні службовці, яким доручено здійснювати ту чи іншу роботу, пов'язану із зовнішніми зносинами. Очевидно, одним із завдань дипломатів, і не тільки їх, є створення привабливого іміджу своєї країни. Зрозуміло, що позитивний імідж не тільки тішить наші патріотичні почуття, а й виступає одним із факторів нашого успіху чи неуспіху при вирішенні зовнішньополітичних завдань країни. Імідж країни як і репутація окремої людини може стереотипізуватися (і надовго) і разом з тим, піддається змінам, тобто може еволюціонувати. Щоб змінити негативний імідж потрібна вперта, системна і активна робота. Недаром вже з'явилася нова наука "іміджелогія". Вона особливо потрібна для дипломатичних працівників як тих, що працюють за кордоном так і тих, що у столиці мають справу з іноземними представництвами. Бо часто на імідж країни А в країні Б впливають дипломати країни Б, представлені в країні А. Це зрозуміло, бо своїм дипломатам, як правило, вірять більше, ніж дипломатам іншої країни у своїй столиці. Врешті-решт, це – природно.

Особливо, якщо взяти до уваги, що реальна сила держави не збігається з її іміджем на міжнародній арені. Тут виникає "діалектичний вузол". Прикладом може служити імідж США в деяких країнах після бомбардувань югославської території. З цього закономірно випливає твердження про необхідність розробки "бажаного іміджу" своєї країни в іншій країні. Негативний або невиразний імідж якої-небудь держави на міжнародній арені взагалі, чи в тій або іншій країні, не може не позначитися на успіхах дипломатичного представництва такої держави, хоч яким би кваліфікованим і активним воно не було.

Цілком очевидно, як на нашу думку, що існує діалектичний взаємозв'язок "іміджів": дипломата і країни, яку він представляє. Тому й виправданою є тема нашого повідомлення: імідж дипломата – імідж країни.

Розуміння такого взаємозв'язку ставить завдання і перед навчальними закладами, де готують фахівців для роботи за кордоном, і не тільки в посольствах, а й в усіх наших установах за кордоном. Факт хамського ставлення до відвідувача в консульстві або до клієнта в "Юкрейніан еарлайнс" чи при проходженні митниці має страшну руйнівну силу. Про це з усією очевидністю свідчить досвід. Відомі авторитети, наші і закордонні, з питань дипломатичної практики цілком виправдано, як на наш погляд, приділяють багато уваги підготовці дипломатичного працівника і системі такої підготовки, а також вимогам, які ставляться або мають ставитися перед тими, хто обрав собі полем діяльності міжнародні

відносини. Слушно наголошується при цьому на важливості комунікативних здібностей і почуття високої патріотичної відповідальності для дипломата. Щоб досягти успіху, він повинен багато знати і уміти робити. Важливе значення має вміння працювати з пресою, своєю і країни перебування. Для цього потрібні досвід і певні навички. Разом з тим така робота працює на його персональний імідж. У цьому зв'язку дехто пропонує створити для перепідготовки і спеціальної підготовки дипломатичних працівників та деяких інших категорій держслужбовців спеціальний науково-практичний центр спеціальної підготовки і сертифікації персоналу для роботи за кордоном. Такі люди мають знати, що імідж дипломата впливає не тільки на імідж його країни, а й на його професійну діяльність і кар'єру.

Надаючи, цілком справедливо, великого значення іміджеві держави і окремого дипломата, слід зазначити, що робота по створенню позитивного (чи негативного) іміджа має певний ліміт. Ніякий дипломат – здібний іміджмейкер не забезпечить зростання надходжень іноземного капіталу в країну, доки не буде запроваджено відповідне законодавство, яке забезпечувало б потенційному інвесторові прийнятний прибуток.

Варто також згадати проблему моніторингу іміджу. Не можна заспокоюватися на досягнутому: імідж, як ми зазначали, може мінятися. Тому потрібно і важливо забезпечити постійну евалюацію результатів своїх медіатичних акцій, реакцію на них громадської думки в країні та ін. Це може здійснити тільки постійний моніторинг іміджу своєї країни в країні перебування чи в міжнародній організації. Такого роду робота, на нашу думку, повинна бути одним з пріоритетів дипломатичних представництв нашої країни. Можливо, слід дати нашим дипломатичним представництвам конкретне завдання проаналізувати, які справи з нашим іміджем, з нагоди 10-ї річниці незалежності України. Це, безперечно, буде корисним не тільки для МЗС, а й для інформаційних служб інших відомств.

Цікаво зазначити, що у Франції існує окремий, створений на міжвідомчій основі, Комітет по іміджу Франції у світі. І це йдеться про Францію, велику державу, постійного члена Ради безпеки ООН, ядерну державу, зі світового значення культурою! Як виявилось, цей комітет, як тільки надійде інформація, що імідж Франції десь "потьмянів", вирішує, що треба робити, аби виправити ситуацію. А у Франції були такі моменти, зокрема, вперте небажання припинити випробування ядерної зброї в Тихому океані, жорстокі заходи проти сепаратистів Нової Каледонії...

Можливо, не треба й нагадувати, що роботу над створенням і зміцненням позитивного іміджу держави в тій чи іншій країні має вести весь

склад посольства (місії) і використовувати для цього не тільки спеціальні акції, а всю повсякденну діяльність посольства (місії).

Імідж твориться на твердому фундаменті реальностей, поступово, а не на успіхах окремих ПР-технологій. Піарівський "імідж" за певного повороту подій у світі дуже швидко розсиплеться. Це ж, як відомо, трапляється і з іміджем окремої людини.

Хотілося б зауважити, що в дипломатичну роботу по іміджу не можна прямо переносити поняття і категорії ПР-технологій, які стосуються внутрішньополітичного життя, комерційної діяльності та ін. Коли йдеться про міжнародні зносини, в яких суб'єктами виступають суверенні держави і задіяні державні службовці різних рангів, що працюють в дипломатичній сфері, один необережний крок може привести до серйозних наслідків для всієї держави.

Важливо також пам'ятати, що репутація дипломата має велике значення і всередині країни. Вона зміцнює довіру населення до зовнішньополітичної лінії Президента та Уряду і до конкретних рішень щодо тих чи інших дипломатичних заходів та акцій.