ЧОРНОМОРСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ІМЕНІ ПЕТРА МОГИЛИ

Факультет політичних наук

Кафедра міжнародних відносин та зовнішньої політики

ЗОВНІШНЬОПОЛІТИЧНИЙ ІМІДЖ ДЕРЖАВИ: ТЕХНОЛОГІЇ ФОРМУВАННЯ ТА ПОЗИЦІОНУВАННЯ

АВТОРЕФЕРАТ

дипломної роботи

на здобуття освітнього ступеню «магістр»

Виконала:
Студентка VI курсу, групи 693-м
Галузі знань 29 «Міжнародні відносини»
спеціальності 291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії»
Мещерякова Анастасія Віталіївна

Керівник: к. і. н., доцент
кафедри міжнародних відносин та зовнішньої політики
Хмель Анастасія Олександрівна

Рецензент: к. політ. н., доцент
кафедри політичних наук
Соловйова Анна Сергіївна

Миколаїв – 2021

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність дослідження. Протягом історії міжнародних відносин одним із найважливіших факторів для країни завжди був і залишається досі зовнішньополітичний імідж. Під іміджем країни розуміється сукупність уявлень про країну. Незважаючи на те, що основні суб'єкти міжнародних відносин завжди прагнули якомога краще подати себе міжнародній спільноті, за останні десятиліття імідж держави набув ще більшого значення. Найбільший вплив мали економічні і культурні аспекти глобалізації: на сучасному етапі державам необхідно конкурувати у таких аспектах, як туризм, залучення іноземних інвестицій, ринки експорту, в той час як збільшення глобальної культури визначає бажання зберегти культурну різноманітність і підкреслити своєрідність.

Після зламу «біполярної» системи міжнародних відносин відбуваються докорінні зміни у світовій політиці. З'явилася ціла група держав, що здійснюють складні ринково-демократичні реформи, певні системні перетворення суспільства. Від того, наскільки успішно дані держави заявлятимуть про себе світові буде залежати успішність їх зовнішньої політики.

Актуальність даної магістерської роботи визначається зростанням у сучасну інформаційну епоху необхідності в аналізі складових іміджу країни, їх впливу на сприйняття держави як всередині, так і за кордоном. А також аналізі впливу інформаційних механізмів в покращенні міжнародного іміджу модерної держави і її лідера, в теоретичному розвитку принципів та концептуальних основ побудови зовнішньополітичних іміджевих кампаній, що забезпечують формування сприятливого середовища для проведення державою зовнішньої політики, яка сприятиме внутрішньому розвитку.

Формування та підтримка сприятливого зовнішньополітичного іміджу є нагальною проблемою для будь-якої сучасної країни. Позитивний імідж

відкриває велику кількість переваг, а за умови негативного вкрай важко розвивати міжнародні відносини.

Об'єктом дослідження є імідж країни.

Предметом даного дослідження даного дослідження є технології формування і позиціонування зовнішньополітичного іміджу країни.

Територіальні рамки цього дослідження не обмежені територією, тому що будь-яка держава на початку XXI століття турбується про власний імідж на міжнародній арені.

Хронологічні межі роботи не обмежені, адже носить узагальнюючий теоретичний характер у напрямку дослідження формування та значення іміджу суб'єктів міжнародних відносин на міжнародній арені.

Мета даної роботи. Зважаючи на всю важливість створення і розвитку образу держави на міжнародній арені, автор вбачає таку **мету роботи** — виявити, проаналізувати і висвітлити технології формування та позиціювання зовнішнього іміджу країни, а також методи його поліпшення.

Виходячи з цієї теми, можна виокремити наступні завдання роботи:

- проаналізувати ступінь наукової розробки теми, систематизувати джерельну базу і сформулювати методологію дослідження;
- розглянути засади іміджелогії, визначити поняття іміджу держав та його значення у міжнародних відносинах;
- визначити фактори, які впливають на формування іміджу країни;
- проаналізуючи практику провідних країн у формуванні зовнішньополітичного іміджу країни, а також розглянути проблеми та перспективи формування іміджу;
- дослідити технології формування та позиціонування зовнішньополітичного іміджу країни;
- дослідити стан зовнішньополітичного іміджу України.

Наукова новизна отриманих у процесі дослідження результатів полягає у тому, що у магістерській роботі:

- вдосконалено аналіз ступеню наукової розробки теми, залучено нові джерела для аналізу іміджа країн;
- досліджено науку іміджелогію як фактор образотворення держав;
- проаналізовані основні фактори формування зовнішньополітичного іміджу основних суб'єктів міжнародних відносин. Використовуючи порівняльний метод, авторка порівняла та проаналізувала стан зовнішньополітичного іміджу рівзних країн світу;
- розроблені перспективи покращення зовнішньополітичного іміджу та засоби підтримки вже існуючого образу;
- охарактеризовано стан зовнішньополітичного іміджу України.

Практичне значення роботи полягає в тому, що її написано у наукових і навчальних цілях, і безпосередньо адресовано викладачам, студентам та аспірантам гуманітарних факультетів, отримані у роботі результати дослідження можуть використовуватися як рекомендації для істориків, політиків, дипломатів, економістів, фахівців з міжнародного права, іміджмейкерів, піар-агентів, фахівців зв'язків з громадськістю тощо. Також отримані результати можна використовувати для викладання таких предметів, як «Паблік рілейшнз», «Актуальні проблеми зовнішніх відносин» тощо.

Апробація результатів дослідження. Частина теоретичних положень і висновків даного дослідження знайшла відображення у публікаціях, зокрема: X Всеукраїнської науково-практичної конференція студентів і молодих вчених «Південна Україна в міжнародних відносинах: історія та сучасність» (м. Миколаїв, 18-19 травня 2018 р.); тезах Міжнародної науково-практичної конференції «Соціально-політичні трансформації в епоху глобалізації: від конфлікту до консенсусу»; у науковому журналі «Молодий вчений»,

Міжнародній науково-практичній конференції «Соціально-політичні трансформації в епоху глобалізації: від конфлікту до консенсусу» (2021 р.) тощо.

Публікації.

1. Мещерякова А.В., Хмель А. О. Зовнішньополітичний імідж країни: технології формування // Молодий вчений. 2021. №4. URL: http://molodyvcheny.in.ua/ua/archive/92/
2. Мещерякова А.В. Особливості формування іміджу сучасної країни. // Тези Міжнародної науково-практичної конференції «Соціально-політичні трансформації в епоху глобалізації: від конфлікту до консенсусу» (м. Кам'янець-Подільський, 20 травня 2021 р.). Подано до друку.
3. Мещерякова А.В. Роль ОБСЄ у вирішенні важливих міжнародних питань. // Тези XI Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів та молодих вчених «Південна Україна у міжнародних відносинах: історія та сучасність» (м. Миколаїв, 18-19 травня 2018 р.). С.56-59.

Структура роботи відбиває поставлені перед дослідженням цілі та завдання. Загальний обсяг її становить 108 сторінок, з них основного тексту – 100 сторінок. Магістерська робота складається зі вступу, трьох основних розділів, висновків, списку використаних джерел та літератури.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДОСЛІДЖЕННЯ

У **вступі** магістерської роботи було обґрунтовано актуальність досліджуваної теми, встановлено мету і завдання роботи, об'єкт та предмет дослідження; розглянуто методологію та методи та підходи дослідження, сформульовано наукову новизну, виявлено практичне значення отриманих результатів, їх апробація, описано структуру роботи.

У першому розділі «Теоретико-методологічний аналіз зовнішньополітичного іміджу держави» опрацьовано стан наукової роботи, джерельну базу та методологію дослідження.

У *підрозділі 1.1. «Стан наукового дослідження»* надається аналіз стану наукової розробки теми дослідження, та її систематизація. Авторка поділила літературу за проблемним принципом на праці вітчизняних дослідників, та зарубіжних науковців, зокрема американських та азійських вчених, оскільки всі показали різне ставлення до іміджелогії та її впливу на формування зовнішньополітичного іміджу держави. Також всі дослідження в свою чергу були поділені на дві великі групи: такі, що більшою мірою приділяють увагу розвитку галузі іміджелогії, її основних засад і напрямків. Друга група досліджень спрямована безпосередньо на висвітлення формування зовнішньополітичного образу країни, та його вплив на політику та економіку країни.

У *підрозділі 1.2. «Джерельна база дослідження»* авторка систематизувала джерельну базу дослідження, яка складається із трьох груп документів, а саме:

- Міжнародні угоди, підписантом яких є Україна, урядова документація;
- Документи і звіти з сайтів міжнародних організацій;
- Інформативні матеріали з урядових порталів та електронних архівів ЗМІ.

Знайдена й використана наукова література та систематизована джерельна база містить велику кількість інформації про вплив участі країн в міжнародних договорах та організаціях на її імідж. Також така джерельна база дає можливість виділити групу внутрішньодержавних факторів, що впливають на формування зовнішньополітичного іміджу країни.

У підрозділі 1.3. «Методологія, методи та принципи дослідження» висвітлено методичну та методологічну базу дослідження іміджелогії і факторів формування та розвитку зовнішньополітичного іміджу держав. Методологія зумовлена вибором об'єкту і предмету дослідження, метою та поставленими у вступі завданнями. Щодо використаних підходів, то авторка використовувала: історичний, системний, та концептуальний підходи. Також авторка застосовувала принципи історизму та об'єктивізму.

Методичну основу роботи складає сукупність теоретичних, емпіричних, загальнонаукових та конкретно-наукових методів. До теоретичних належать групування та узагальнення. Основним методом на емпіричному рівні дослідження є системний метод. До загальнонаукових методів, які були застосовані авторкою, належать спостереження, порівняння, абстрагування й конкретизація, аналіз, дедукція, моделювання, аналогія, історичний і логічний, описовий. До конкретно наукових належать: проблемний, прогностичний, а також уявний експеримент.

У **другому розділі «Технології формування та позиціонування зовнішньополітичного іміджу країни»** досліджено та проаналізовано головні засади іміджелогії, основні принципи та підходи до формування іміджу країн, проблеми та перспективи їх розвитку у досягненні мети, а також досліджено важливість формування країнового брендингу.

У *підрозділі 2.1. «Принципи та підходи до формування іміджу країн»* було досліджено основні засади іміджелогії та проаналізовано важливість розвитку зовнішньополітичного іміджу країни, виявлено переваги, які отримує держава при позитивному іміджі. Виявлено аспекти створення у суспільній свідомості ставлення до головного суб'єкта міжнародних

відносин, та досліджено чотири тісно взаємопов'язані виміри: функціональний, естетичний, нормативний та емоційний.

У *підрозділі 2.2. «Проблеми і перспективи формування зовнішньополітичного іміджу країни»* виявлено основні проблеми, що виникають під час спроб формування та впливу на зовнішньополітичний імідж держави. Кожному актору міждержавних відносин необхідно враховувати всі аспекти впливу на репутацію країни, та вирішувати проблеми, що можуть виникнути під час створення іміджу. У випадку покращення зовнішньополітичного іміджу, у всіх напрямках можна заручитися підтримкою міжнародної спільноти, спровокувати надходження капіталу в середину держави, розвивати сферу туризму, та налагодити багатовекторну зовнішню політику.

У **третьому розділі під назвою «Фактори що впливають на розвиток зовнішньополітичного іміджу країн»** головну увагу було зосереджено на виявленні основних засад та факторів, що мають безпосередній вплив на іміджмейкінг держави. Авторка детально проаналізувала вплив злочинності та сферу послуг, візуальну, внутрішньополітичну та зовнішньополітичну складові іміджмейкингу. Окрім того, було досліджено роль основних факторів в створенні українського зовнішньополітичного іміджу, та розроблено стратегію його покращення.

У *підрозділі 3.1. «Публічна дипломатія як безпосередній чинник формування та розвитку образу країни»* авторкою було виявлено всі аспекти публічної дипломатії, що мають вплив на формування та розвиток іміджу держав. Важливу роль зіграв аналіз іміджевої стратегії та засобів країнового брендингу. Досить детально було проаналізовано інструменти публічної дипломатії, що виокремленні, дослідженні та систематизовані автором задля ефективного управління комунікацією з представниками цільових аудиторій, а потім, залучаючи їх до спільної діяльності, переходити до двосторонньої комунікації, збільшуючи шанси на успіх.

У *підрозділі 3.2. «Вплив рівня злочинності на зовнішньополітичний імідж держави»* авторкою були зазначено, що рівень організованої злочинності безумовно сильно впливає на зовнішньополітичний імідж держави. Крім того, було досліджено всі аспекти впливу даного фактору на іміджмейкинг країнового бренду. Авторкою було проаналізовано найбезпечніші та найнебезпечніші держави світу, та зроблені висновки щодо впливу одного з рушійних факторів на створення зовнішньополітичного образу. Деякі країни заявили про себе як небезпечні, і цим зменшили обсяг туристів, надходження іноземного капіталу, а також погіршили відношення світової спільноти до себе у цілому. Інші ж, такі як Нова Зеландія, Швеція, Ватикан, зарегламентували себе як ті, які можна назвати безпечними. Дані країни стали провідними лідерами в сфері туризму через дуже низький рівень злочинності, вони збільшили обсяг іноземного капіталу, а також залучилися підтримкою та партнерськими відносинами з іншими провідними державами світу.

Підрозділ 3.3. «Сфера туризму як напрямок формування іміджу сучасної держави» охарактеризований зростанням ролі і значення сфери послуг. Чим вище рівень економічного розвитку країни, тим більше частка витрат на послуги в загальній структурі споживчих витрат. З розвитком міждержавних контактів сфера послуг вийшла за рамки окремих країн і перетворилася в один з найважливіших видів світового господарства, що грає визначну роль у формуванні зовнішньополітичного іміджу держав.

Відбувається вплив як позитивного іміджу території на розвиток туризму, так і туроперейтинга на формування іміджу території. Грамотний підхід до брендингу країни за рахунок культурних особливостей, історичних пам’яток, унікальних об’єктів, може привернути увагу іноземних туристів, які у свою чергу збільшать надходження іноземного капіталу, та покращить імідж держави у цілому.

В останньому підрозділі 3.2. «Стан зовнішньополітичного іміджу України» авторка аналізує український зовнішньополітичний імідж з

урахуванням факторів, що були сформовані в попередніх підрозділах. Були наведені приклади досягнень, проблем та помилок, що сформували сучасний образ країни. Тому постало питання створення стратегії створення українського образу на міжнародній арені з урахуванням національних інтересів України. При дотриманні стратегії наша держава може сильно покращити свій зовнішньополітичний імідж, але для цього необхідно попрацювати над проблемними аспектами, що заважають нам вибитися у лідери.

У **висновках** узагальнено головні результати магістерського дослідження. Опрацювавши наявну джерельно-літературну базу й наукові бази та застосувавши відповідний набір методів дослідження, авторка прийшла до наступних висновків:

1. У даній роботі було науково розроблено тему, систематизовано джерельну базу і сформульовано методологію дослідження. Було досліджено, проаналізовано та систематизовано значну кількість досліджень у галузі іміджелогії серед науковців багатьох регіонів. Дана тема є актуальною, і саме тому існує безліч праць, що надали змогу з'ясувати аспекти формування зовнішньополітичного образу держав, а також його вплив на політику та економіку країни. Авторка застосовувала підходи різних наукових шкіл, серед яких американська, азійська, радянська та українська. Джерельна база даного дослідження всебічно висвітлює предмет дослідження, поділена на три основні групи джерел, та містить велику кількість інформації про вплив участі держав у міжнародних договорах та організаціях на її імідж. Крім того джерельна база дає можливість виділити групу внутрішньодержавних факторів, що впливають на формування зовнішньополітичного іміджу держави.

2. Зовнішньополітичний імідж країни можна ідентифікувати як досить складне явище, яке цілеспрямовано формується, моделюється, задля того, щоб підвищити конкурентоспроможність країни на світовій арені та

підкреслити її конкурентні переваги.

Вивчення, аналіз та систематизація інформації, представленої у різних монографіях, наукових статтях, інтернет-ресурсах на тему іміджелогії дозволяють сформувати напрямки, у розрізі яких повинен створюватися позитивний імідж країни: стабільність суб'єкта міжнародних відносин в усіх сферах суспільного життя, стійкість внутрішньодержавної системи влади та управління, передбачуваність і відкритість; привабливість економічної системи для зовнішніх інвесторів, високий рівень заохочення закордонних туристів; низький рівень злочинності, відсутність участі у міжнародній організованій злочинності; висока висвітлюваність у ЗМІ; участь у вирішенні глобальних проблем (противага терористичним організаціям, сприяння вирішенню глобальних екологічних проблем тощо).

Позиціонування країни поряд з виявленням її сформованого образу має на увазі створення і поширення нових уявлень про неї.

Принципова позиція полягає у тому, що нейтралізація негативних репутаційних характеристик, та створення і підтримка позитивного іміджу докорінно може змінити ставлення світової спільноти до суб'єкта міжнародних відносин. Покращення зовнішньополітичного іміджу відкриває ряд нових політичних переваг, зокрема поліпшення двосторонніх та багатосторонніх зовнішніх зносин, підтримка світової спільноти та залучення іноземного капіталу.

Якщо виходити із традиційного поняття «імідж», то імідж країни – це емоційно забарвлений образ держави, що цілеспрямовано сформований у суспільній свідомості засобами PR, реклами, пропаганди тощо. В основі іміджу країни лежать такі фактори: національні образи-символи, які пов'язані із географічними, історико-культурними, цивілізаційними, етнорелігійними особливостями. Вивченням даного питання займається така наука, як іміджелогія, що вивчає всі фактори впливу на імідж;

3.Зовнішньополітичний імідж робить неоціненний вклад у розвиток дипломатії та економіки країни. Враховуючи усі аспекти можна створити

імідж, що у подальшому допоможе заявити про себе на міжнародній арені, сприятиме розвитку двосторонніх та багатосторонніх відносин з провідними державами світу, а також залучити іноземні інвестиції та туристів;

Серед факторів, що впливають на формування іміджу країни, слід віднести рівень самоідентифікації нації; візуальну складову; внутрішню та зовнішню політику; особистісний імідж представників держави; наявність ключових постатей та державних досягнень у сфері мистецтва, науки, культури та спорту; рівень злочинності; сфери туризму та відповідної інфраструктури; якість життя та повага до основних прав і свобод людини; рівень висвітленості у ЗМІ, участь у глобальних проблемах, та вклад в їх вирішення;

У XXI столітті, із розвитком глобалізації, держави все більше почали перейматися за стан свого зовнішньополітичного іміджу, і саме тому почали активну роботу з брендингу, найбільш активно вирішувати внутрішні проблеми, аби залучитися іноземним капіталом, та туристами;

Проблем, які впливають на зовнішньополітичний імідж досить багато, і вони потребують негайного вирішення, щоб залишатися на своїй позиції серед світового співтовариства, і якщо це можливо навіть підійматися вище, займати передові позиції на світовій арені.

Кожному актору міжнародних відносин необхідно враховувати усі аспекти впливу на репутацію країни. У випадку покращення зовнішньополітичного іміджу у всіх напрямках можна заручитися підтримкою міжнародної спільноти, спровокувати надходження капіталу в середину країни, розвивати сферу туризму, та налагодити багатовекторну зовнішню політику.

4.В даній роботі було проаналізовано український зовнішньополітичний імідж та позиціонування даної країни на зовнішньополітичній арені. До уваги бралися всі фактори, за якими визначається імідж, та наведені факти, що надають візуалізацію теоретичної частини іміджелогії.

Крім того було сформовано стратегію розвитку зовнішньополітичного

іміджу України шляхом прогностичного методу. На основі вже отриманого іміджу та з урахуванням національних інтересів нашої держави можна сформулювати певні кроки на шляху до покращення національного бренду. Виконання настанов, вказаних у зовнішньополітичній стратегії надасть змогу нашій державі покращити національний бренд та поліпшити відносини з провідними акторами міжнародного співтовариства.

АНОТАЦІЯ

Мещерякова А. В. Зовнішньополітичний імідж держави: технології формування та позиціонування. На правах рукопису.

Дипломна робота на здобуття освітнього ступеню «магістр». Чорноморський національний університет імені Петра Могили. Миколаїв, 2021.

Питання зовнішньополітичного іміджу держав хоча є порівняно новим політичним явищем, вирізняється своєю актуальністю у сучасній світовій політиці. У час глобалізації та тісної кооперації між акторами світового співтовариства надзвичайно важливим фактором, на який звертають увагу представники світової спільноти є зовнішньополітичний імідж. Комплекс уявлень про країну, ставлення до неї інших суб'єктів міжнародних відносин відіграють неабияку роль у подальшій співпраці.

Зовнішньополітичний імідж країни стає одним з основних факторів, що визначають її економічну і політичну конкурентоспроможність на міжнародній арені. Імідж держави можна охарактеризувати як комплексне явище, що включає в себе багато різноманітних факторів, що змінюються під впливом певних реалій, що диктуються ззовні. Існують фактори, що можуть сформувати, або зіпсувати зовнішньополітичний імідж. А також ті, що роблять глибокий вплив на образ держави. В даній роботі проаналізовано особливості, що формують образ держави, та фактори, які можуть змінити зовнішньополітичний імідж основних суб'єктів міжнародних відносин.

Ключові слова: *зовнішньополітичний імідж, образ країни, іміджелогія, іміджмейкінг, міжнародні відносини.*

SUMMARY

Meshcheriakova A. Foreign policy image of the state: technologies of

formation and positioning. Manuscript.

Graduate work for obtaining an educational degree «Master». Petro Mohyla Black Sea National University. Mykolaiv, 2021.

The issue of foreign policy image of states is a relatively new political phenomenon, but differs in its relevance in modern world politics. In the age of globalization and close cooperation between the actors of the world community, the foreign policy image is an extremely important factor to which the representatives of the world community pay attention. The complex of ideas about the country, the attitude of other subjects of international relations to it play an important role in further cooperation.

The country's foreign policy image is becoming one of the main factors that determine its economic and political competitiveness in the international arena. The image of the state can be described as a complex phenomenon that includes many different factors that change under the influence of certain realities dictated from the outside. There are factors that can shape or spoil the foreign policy image. As well as those that have a profound effect on the image of the state. This paper analyzes the features that shape the image of the state and the factors that may change the foreign policy image of the main actors in international relations.

Key words*: foreign policy image, image of the country, imageology, image - making, international relations.*