

***ПУБЛІЧНА ДИПЛОМАТІЯ ЯК ІНФОРМАЦІЙНА ПОЛІТИКА
ДЕРЖАВИ***

Публічна дипломатія займає одне з провідних місць у зовнішньополітичній діяльності країн світу. Публічна дипломатія є ефективною, її використання є необхідним для створення позитивного іміджу країни у політичному та суспільному житті самої України, так і за її межами.

Поняттю «публічна дипломатія» присвячені праці багатьох науковців таких як М. Леонард, Е. Мюрроу, Дж. Галларотті, О. Долинський, Є.Макаренко.

Поняття «публічна дипломатія» запропонував в 1965 р. американський дипломат Едмунд Галлион. Він сформував термін «публічна дипломатія» як реалізацію програм через фінансування їх урядом, а також спрямованість програм на інформування та здійснення впливу на суспільну думку за кордоном. Публічна дипломатія – це шлях, яким уряд намагається донести свою думку до людей в інших країнах.

Реалізація публічної дипломатії відбувається таким чином: спочатку країна намагається привернути увагу великої частини населення іноземної держави до своїх ініціатив через роботу із засобами масової інформації (виступи на телебаченні, публікації інтерв'ю в газетах, на сайтах в Інтернеті), через реалізацію наукових, культурних і освітніх проектів. На другому етапі в іноземній країні формуються групи зацікавленої громадськості, які накопичують знання про державу, що хотіла привернути увагу, її наукові і культурні досягнення, її політико-суспільне життя. Саме ці групи зарубіжжя можуть стати групами впливу першої країни. На кінцевій стадії ефективна робота з суспільною думкою призводить до того, що групи впливу реалізують конкретні дії, що пов'язані з зовнішньополітичними інтересами між обома державами.

Основною цільовою аудиторією публічної дипломатії є зарубіжна громадськість, журналісти і представники засобів масової інформації, представники наукової, творчої і політичної еліти.

Імідж країни є фундаментальною складовою публічної дипломатії. Можна виділити наступні основні складові іміджу України: 1) країна Помаранчевої революції та заповонившого ЗМІ Євромайдану; 2) країна відомих спортсменів (Віталія та Володимира Кличків, Я. Клочкової, А. Шевченка); 3) красиві жінки; 4) червоний борщ і сало; 5) політична нестабільність; 6) повсюдна корупція; 7) кризова і небезпечна країна (Чорнобиль); 8) країна відомих письменників (Т. Г. Шевченко, І. Франко, Л. Українка).

Для покращення міжнародного іміджу України на всіх рівнях існує Концепція Державної цільової програми формування позитивного міжнародного іміджу України на 2013-2015 роки, в якій заходи передбачають

використання новітніх технологій та засобів телекомунікації для максимально доступного для широких верств суспільства поширення позитивних відомостей про Україну в інформаційному просторі інших держав та ін..

Я вважаю, що для розвитку позитивного іміджу України потрібно зацентувати увагу на сильних сторонах держави, а саме: курорти в Криму, Карпатах; історичні пам'ятки по всій території України; вигідне територіальне положення; містить 30% світових чорноземів; великі аграрні можливості; високий транспортний потенціал; вигідне територіальне положення.

Для реалізації цілей публічної дипломатії застосовуються такі засоби: інформування зарубіжної аудиторії і роз'яснення щодо зовнішньої і внутрішньої політики держави, чесний(відвертий) і прозорий діалог; аналіз того, як розуміється іноземна суспільна думка щодо інформуючої держави; розвиток комунікації, прямих контактів між суспільними інститутами, засобами масової інформації, громадянами з різних країн; прогресуючий міжнародний обмін, створення спонсорованими державними структурами культурних, освітніх і інформаційних програм; пропаганда національних цінностей через кіно, телебачення, радіо, музику, спорт, театр, туризм, спілкування в Інтернеті.

Отже, публічна дипломатія являє собою сукупність заходів, які спрямовані на інформування громадськості іноземних країн щодо себе через ЗМІ, кіно, культуру, науку, політичну діяльність та налагодження зв'язків з іншими державами.

Я вважаю, що для покращення зовнішньополітичних зв'язків України та просування її національної культури необхідно: 1) використовувати новітні технології та засоби телекомунікації для максимально доступного для всіх поширення позитивних відомостей про Україну в інформаційному просторі інших держав; 2) звертатися до міжнародної громадськості поступово, правдиво і переконливо; роз'яснювати політику, показувати її раціональність і обґрунтовувати її фундаментальними цінностями (наприклад, якщо Україна просить кредит у західних сусідів, то нашій державі необхідно було б викласти прозорий, чесний план, де б зазначалося, на що саме будуть витрачатися кошти); 3) гідно матеріально стимулювати осіб за досягнення в науці, щоб вони не їхали з України за кордон, бо там платять більше, в нашій країні багато талановитих і розумних людей – ми не повинні їх втрачати, адже саме вони майбутня гордість України; 4) залучати до співпраці вітчизняних та іноземних громадських та експертних неурядових організацій, заінтересованих у формуванні позитивного міжнародного іміджу України; 5) активно брати участь в міжнародному спілкуванні та сприяти культурним й освітнім програмам обміну.

Список використаних джерел:

1. Концепція Державної цільової програми формування позитивного міжнародного іміджу України на 2013-2015 рр.

