

УДК 327.8: 327.73(=161.2)

Кулакова Сабіна

ІМІДЖЕВА ДИПЛОМАТІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ДЕРЖАВИ

У статті досліджується роль іміджевої дипломатії як важливого інструменту формування позитивного міжнародного іміджу держави в умовах глобалізації та цифрових технологій. Позитивний міжнародний імідж держави є важливим чинником для залучення інвестицій, зміцнення співпраці з міжнародними організаціями та розвитку економіки. Автори аналізують, як стратегічне використання культурних, медійних та цифрових засобів впливу сприяє створенню сприятливого іміджу держави на міжнародній арені. У роботі також розглядаються основні теоретичні концепції іміджевої дипломатії, зокрема національний брендинг та концепція «м'якої сили» Джозефа Наєма. Окрему увагу приділено досвіду таких країн, як США, Китай та Україна, у використанні іміджевої дипломатії для формування своїх зовнішньополітичних образів. Сполучені Штати Америки активно застосовують культурну дипломатію, міжнародні освітні програми та медіаініціативи для зміцнення свого іміджу, а Китай розвиває стратегії через глобальні ініціативи, такі як «Один пояс, один шлях», та Інститути Конфуція. Україна, в свою чергу, активно використовує соціальні мережі та цифрові платформи для популяризації свого міжнародного іміджу, особливо в контексті геополітичних викликів. Іміджева дипломатія стає не лише елементом зовнішньополітичної стратегії, але й важливим фактором національної ідентичності та соціальної консолідації. Стаття підкреслює

важливість формування довгострокових стратегій у цій сфері для ефективного управління міжнародним іміджем, враховуючи сучасні інформаційні тренди та політичні виклики. Окремо зазначається, що майбутні дослідження можуть зосередитися на аналізі ефективності різних моделей іміджевої дипломатії в умовах глобальної політичної конкуренції.

Ключові слова: іміджева дипломатія, міжнародний імідж, національний брендинг, м'яка сила, культурна дипломатія, США, Китай, Україна.

Постановка проблеми. У сучасному глобалізованому середовищі, де інформаційні технології та комунікаційні процеси відіграють визначальну роль, конструювання міжнародного іміджу держави стає інтегральною складовою її зовнішньополітичної діяльності. Позитивне міжнародне сприйняття сприяє залученню інвестицій, зміцненню співпраці з міжнародними організаціями та покращенню умов для економічного розвитку.

З огляду на зростаючу конкуренцію між державами, формування стратегічного наративу відіграє важливу роль у побудові міжнародних відносин та розвитку культурного обміну. Крім того, сприятливий імідж держави сприяє зміцненню національної ідентичності та консолідації суспільства. Таким чином, управління міжнародним іміджем є не лише елементом зовнішньополітичної стратегії, а й ключовим чинником загальнонаціонального розвитку.

Аналіз актуальних публікацій та досліджень. У процесі написання статті було використано низку джерел, що детально аналізують концепцію іміджевої дипломатії та її застосування у 3 країнах в різних частинах світу.

Теоретичні основи національного брендингу розкриваються у праці Анхольта [7], який досліджує значення іміджу держави у міжнародних відносинах. Використання «м'якої сили» для формування позитивного образу країни

аналізується у роботах Мугобо та Укпере [12], а також Голяничка [1], який фокусується на культурній дипломатії Китаю.

Особливості іміджевої політики США розглядаються у працях Мітіної [4] та Пересади [5], де досліджуються історичні та сучасні стратегії публічної дипломатії. Зміни міжнародного сприйняття США у різні періоди аналізуються Голдсмітом і Хоріучі [9] та Куллом із співавторами [11].

Щодо Китаю, глибший аналіз його публічної дипломатії міститься у працях Кіктенка [3] та d'Hooghe [8], які розглядають, як Китай адаптує іміджеві стратегії для зміцнення глобального впливу.

Імідж України на міжнародній арені досліджується Дідухом [2], який аналізує вплив глобалізації, та Філіпповою [6], яка розглядає роль соціальних мереж у просуванні позитивного іміджу держави.

Таке поєднання джерел дозволяє комплексно оцінити стратегії іміджевої дипломатії та їхню ефективність у сучасних міжнародних відносинах.

Метою статті є аналіз іміджевої дипломатії як ефективного інструмента побудови позитивного міжнародного іміджу держави на основі досвіду США, КНР та України.

Виклад основного матеріалу. Іміджева дипломатія є важливим напрямом зовнішньої політики, що використовує немілітарні засоби впливу для формування позитивного міжнародного образу держави. Її витоки пов'язані з концепцією «м'якої сили», запропонованою Джозефом Наєм, яка передбачає використання культури, ідей та цінностей для досягнення певних зовнішньополітичних цілей [3].

Одним із центральних інструментів іміджевої дипломатії є брендинг держави. Анхольт визначає його як стратегічний підхід до формування позитивного міжнародного іміджу та зображує у вигляді шестикутника. Шестикутник національного бренду можна

використовувати для оцінки національного бренду за шістьма показниками, а саме: туризм, експорт, люди, культура та спадщина, внутрішні інвестиції та імміграція, зовнішня та внутрішня політика» [7].

Сучасний швидкий розвиток іміджевої дипломатії значною мірою обумовлений глобалізацією, цифровими технологіями та соціальними медіа. Завдяки глобальним комунікаційним платформам країни можуть активно взаємодіяти з міжнародною аудиторією, формуючи бажане сприйняття своєї політики та культури. «Сучасні засоби масової інформації не мають чітких кордонів між внутрішніми та міжнародними новинами. Інформаційні потоки стали глобальними, що дозволяє урядам і громадським організаціям досягати широких аудиторій» [10].

У сучасних умовах глобальної конкуренції ефективне управління іміджем є важливою складовою успішної міжнародної діяльності держави.

Сполучені Штати Америки історично є одним із лідерів у сфері іміджевої дипломатії, активно застосовуючи «м'яку силу» для формування свого міжнародного образу. Іміджева стратегія США ґрунтується на таких ключових елементах, як культурна дипломатія, міжнародне мовлення, освітні обміни та цифрова комунікація [4].

Після Другої світової війни США почали активно просувати свої цінності через культурні ініціативи, освітні програми та медіапроекти. Вже у другій половині XX століття американська дипломатія почала використовувати іміджеві стратегії для зміцнення свого геополітичного статусу. «Сприятливий імідж США як в очах її власних громадян, так і міжнародної громадськості є найважливішим капіталом, що сприяє зміцненню геополітичного статусу держави на світовій арені, забезпеченню її безпеки від зовнішніх та внутрішніх загроз, захисту та просування національних інтересів» [5].

Значну роль у формуванні позитивного іміджу США відігравала культурна дипломатія, яка включала освітні програми

та міжнародні студентські обміни. Одним із найбільш впливових інструментів стало державне фінансування програм академічних обмінів, що сприяло поширенню американських цінностей у світі [9].

Водночас певні події в історії США негативно впливали на міжнародний імідж країни. Війна в Іраку, криза 2008 року та радикальні політичні зміни керівництва країни спричиняли коливання у сприйнятті США на світовій арені. «Ці дані узгоджуються з дослідженнями з різних частин світу, які показують значне падіння довіри до Сполучених Штатів у відповідь на вторгнення в Ірак і наступні події» [9].

Президенти США також відігравали значну роль у зміні репутації держави. Наприклад, під час президентства Барака Обами сприйняття США значно покращилося завдяки більш гнучкій зовнішній політиці та акценту на співпраці. «Погляди Обами були особливо позитивно сприйняті серед європейців, навіть більшість китайців погоджувалися з його політикою» [11]. Водночас у період правління Дональда Трампа спостерігалось зниження рівня довіри до США [11].

Китайська Народна Республіка активно використовує іміджеву дипломатію для зміцнення свого міжнародного статусу. Протягом останніх десятиліть Пекін значно розширив інструменти «м'якої сили», зокрема через культурну дипломатію, міжнародне мовлення та глобальні соціально-економічні ініціативи [1].

Концепція «м'якої сили» набула поширення в Китаї ще в 1990-х роках, коли політичне керівництво країни усвідомило її потенціал для протидії теорії «китайської загрози» [3].

Важливу роль у формуванні позитивного іміджу Китаю відіграє його міжнародна комунікаційна стратегія. Китайські медіа використовуються для поширення єдиного офіційного наративу, який сприяє посиленню впливу країни.

Однак, незважаючи на активні зусилля, міжнародне сприйняття Китаю залишається неоднозначним. «На відміну від статичної моделі культурних інститутів, описаних d'Hooghe, більш пізні дослідники показують, що Китай прагне до інтеграції культурної дипломатії з економічними інструментами та міжнародними ініціативами, таким чином значно розширюючи свою "м'яку силу"» [8].

Окрему увагу Китай приділяє формуванню позитивного іміджу через глобальні ініціативи, зокрема «Один пояс, один шлях». Ця стратегія передбачає масштабні інвестиції в інфраструктуру та економічний розвиток країн-партнерів, що допомагає покращити міжнародне сприйняття Китаю [3]. «У рамках "Одного поясу і одного шляху" Міністерство освіти Китаю підписало угоди про освітню співпрацю з понад 60 країнами світу, організувало 37 шкільних проєктів у країнах уздовж "шляху" та створило 131 інститутів Конфуція, коледжів та 119 класів Конфуція» [1].

Однак Китай, як і США, також стикається з викликами у сфері іміджевої дипломатії. Незважаючи на економічний успіх, певні аспекти його зовнішньої політики та питання прав людини викликають суперечки на міжнародній арені. «Китайські урядовці вважають західні ЗМІ відповідальними за створення негативного іміджу Китаю» [8].

В той же час, іміджева дипломатія відіграє важливу роль у зовнішньополітичній стратегії України, особливо в контексті сучасних викликів, таких як війна, економічна нестабільність та євроінтеграційні процеси. Ефективне формування міжнародного іміджу є ключовим фактором для залучення підтримки міжнародних партнерів, інвестицій та зміцнення позицій нашої країни на світовій арені [6].

Україна протягом багатьох років стикалася з проблемами у формуванні стабільного міжнародного іміджу. Одним із важливих факторів стала глобалізація, яка вплинула на сприйняття країни. «Більшість "сильних сторін" нашої держави з боку

іноземців – це ті аспекти, які є природними (наприклад, вигідне територіальне положення, світові чорноземи, культурно однорідне населення), або є результатом історичного розвитку (зокрема, багата історична спадщина, високий рівень освіти населення, високий транспортний потенціал, авіа-, машинобудування і так далі)» [2].

Однак поряд із позитивними аспектами Україна зіткнулася з серйозними викликами, зокрема політичною нестабільністю, корупцією та численними інформаційними атаками з боку РФ. Для покращення іміджу держава активно використовує соціальні мережі та цифрові платформи. «Україна активно працювала над тим, щоб показати себе як надійного партнера з великим потенціалом для розвитку. Це включає участь у міжнародних економічних форумах, презентацію інвестиційних можливостей та співпрацю з міжнародними фінансовими інституціями» [6].

Таким чином, іміджева дипломатія є важливим елементом сучасної зовнішньої політики України, сприяючи міжнародному визнанню та підтримці. Подальший розвиток цієї сфери, зокрема через цифрові та культурні ініціативи, дозволить державі ефективніше реалізовувати свої зовнішньополітичні цілі.

Висновки. Як вже було зазначено, іміджева дипломатія виступає важливим чинником зовнішньополітичної діяльності, що базується на використанні не насильницьких засобів впливу, таких як культурна дипломатія, міжнародне мовлення, цифрові комунікаційні платформи та брендинг держави. Вона дозволяє країнам формувати позитивне сприйняття серед міжнародної аудиторії, зміцнювати двосторонні та багатосторонні дипломатичні відносини, а також сприяти залученню іноземних інвестицій та розвитку економічних зв'язків.

Аналіз іміджевої дипломатії США показав, що дана країна використовує широкий спектр комунікаційних стратегій, включаючи глобальні медіапроекти, академічні обміни та культурні ініціативи. Її підхід ґрунтується на поєднанні «м'якої сили» та інформаційного впливу, що дозволяє забезпечувати довготривалий ефект у формуванні міжнародного іміджу. Водночас окремі зовнішньополітичні рішення, такі як військові операції та економічні кризи, можуть негативно позначатися на сприйнятті США у світі, що вимагає від країни гнучкої адаптації іміжєвих стратегій.

Китайська Народна Республіка використовує іміжєву дипломатію як частину комплексної зовнішньополітичної стратегії, спрямованої на зміцнення свого статусу як глобального лідера. Основними інструментами Китаю є ініціатива «Один пояс, один шлях», мережа Інститутів Конфуція та стратегічна інформаційна політика. Хоча ці механізми дозволяють посилювати міжнародний вплив Китаю, країна все ще стикається з викликами та недовірою світу, пов'язаними з питаннями прав людини, політичною конкуренцією із західними країнами та впливом негативного інформаційного середовища.

Іміжєва дипломатія України перебуває у процесі активного становлення, особливо в умовах сучасних геополітичних викликів. Основними напрямками цієї політики є цифрова дипломатія, міжнародна підтримка у сфері безпеки та економічне співробітництво. Використання соціальних медіа та міжнародних комунікаційних платформ дозволяє Україні посилювати свій міжнародний голос і залучати підтримку з боку стратегічних партнерів. Водночас країна стикається з труднощами, зокрема інформаційною війною, внутрішніми реформами та необхідністю більшої координації дипломатичних зусиль.

Загалом, іміжєва дипломатія є важливим елементом сучасних міжнародних відносин, що впливає на політичну стабільність, економічний розвиток та міжнародну репутацію держав. Для

ефективної реалізації іміжєвої політики країни повинні розробляти довгострокові стратегії, що враховують сучасні інформаційні тенденції, політичні виклики та потребу в адаптації до динамічних умов глобалізації. Подальші дослідження у цій сфері можуть бути зосереджені на аналізі ефективності різних моделей іміжєвої дипломатії, зокрема в контексті регіональних конфліктів та глобальної політичної конкуренції.

Список літератури

1. Голянич, Б. В.. Використання Китаєм «м'якої сили» та формування міжнародного іміджу з точки зору культурної дипломатії. *Політичне життя*, 2024. С. 164–169. URL: <https://jpl.donnu.edu.ua/article/download/14897/14795> (дата звернення: 01.03.2025)
2. Дідух, Г. Я. Політичний імідж України в контексті сучасних глобалізаційних умов. *Наукові праці МАУП. Серія: Політичні науки. Юридичні науки*, 2013. Вип. 2. С. 27–31. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Npmaupp_2013_2_6.pdf (дата звернення: 01.03.2025)
3. Голянич, Б. В. Використання Китаєм «м'якої сили» та формування міжнародного іміджу з точки зору культурної дипломатії. *Політичне життя*, 2024. С. 164–169. URL: <https://jpl.donnu.edu.ua/article/download/14897/14795> (дата звернення: 01.03.2025)
4. Дідух, Г. Я. Політичний імідж України в контексті сучасних глобалізаційних умов. *Наукові праці МАУП. Серія: Політичні науки. Юридичні науки*, 2013. Вип. 2. С. 27–31. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Npmaupp_2013_2_6.pdf

- _file_name=PDF/Npmaupr_2013_2_6.pdf
(дата звернення: 01.03.2025)
5. Кіктенко, В. О. Роль теорії “м’якої сили” в створенні нового образу Китаю. *Китаєзнавчі дослідження*, 2015. № 1–2. С. 39–50. URL: <https://chinese-studies.com.ua/index.php/journal/article/view/165/154> (дата звернення: 01.03.2025)
 6. Мітіна, В. В. Історія формування іміджу США. *Рецензенти*. 2023. С. 179. URL: https://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/40085/Osvita%20i%20nauka_2023.pdf#page=17 (дата звернення: 01.03.2025)
 7. Пересада, Д. С. Міжнародний імідж держави: фактори і комунікативна стратегія формування (на прикладі США). У 6-й Міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні питання сучасної науки, суспільства та освіти» (26–28 грудня 2021 р.). Kharkiv, Україна, 2021. С. 1184. URL: https://www.researchgate.net/profile/Inna-Rudenko-2/publication/371990456_Sodo_metodiv_ocinki_imidzu_pidpriemstv/links/64a278e6b9ed6874a5f23b2a/Sodo-metodiv-ocinki-imidzu-pidpriemstv.pdf#page=1184 (дата звернення: 01.03.2025)
 8. Філіппова, В. Сучасні орієнтири іміджевої політики України. *Вісник Херсонського національного технічного університету*, 2024. № 2 (89). С. 332–336. URL: https://journals.kntu.kherson.ua/index.php/vi_snyk_kntu/article/view/672/642 (дата звернення: 01.03.2025)
 9. Anholt, S. *Brand New Justice* (2nd ed.). 2005. Taylor and Francis. URL: <https://www.perlego.com/sign-up> (дата звернення: 01.03.2025)
 10. d'Hooghe, I. The rise of China's public diplomacy. *Netherlands Institute of International Relations "Clingendael"*, 2007. URL: https://www.clingendael.org/sites/default/files/pdfs/20070700_cdsp_paper_hooghe.pdf (дата звернення: 01.03.2025)
 11. Goldsmith, B. E., & Horiuchi, Y. Spinning the globe? US public diplomacy and foreign public opinion. *The Journal of Politics*, 2009. 71(3), С. 863–875. URL: <https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=b789611b5f61852b2e2602d7e0f66aa240de6a3c> (дата звернення: 01.03.2025)
 12. Isar, Y. R., Triandafyllidou, A. Introduction to this Special Issue: Cultural Diplomacy: What Role for Cities and Civil Society Actors?. *International Journal of Political Culture and Society*, 2021. 34, С. 393–402. URL: <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/s10767-020-09385-1.pdf> (дата звернення: 01.03.2025)
 13. Kull, S., Ramsay, C., Weber, S., & Lewis, E. America's global image in the Obama era. *World Public Opinion*, 2009. URL: https://worldpublicopinion.net/wp-content/uploads/2017/12/WPO_USObama_Jul09_packet.pdf (дата звернення: 01.03.2025)
 14. Mugobo, V. V., & Ukpere, W. I. Is Country branding a panacea or poison? *African Journal of Business Management*, 2011. 5(20), С. 8248. URL: <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/104841565/28B249318447> (дата звернення: 01.03.2025)
- Kulakova Sabina** – Student of the Faculty of International Relations, Political Science and Sociology of the Odesa I.I.Mechnikov National University
- IMAGE DIPLOMACY AS A TOOL FOR FORMING A POSITIVE IMAGE OF THE STATE**
- The article explores the role of image diplomacy as a crucial tool in shaping a positive international image of the state in the context of globalization and digital technologies. A positive international image is a key factor in attracting investment, strengthening cooperation with international organizations, and fostering economic development. The authors analyze how the strategic use of cultural, media, and digital influence tools contributes to*

creating a favorable image of a country on the global stage. The study also examines the main theoretical concepts of image diplomacy, particularly nation branding and Joseph Nye's concept of "soft power." Special attention is given to the experiences of countries such as the United States, China, and Ukraine in using image diplomacy to form their foreign policy identities. The United States actively employs cultural diplomacy, international educational programs, and media initiatives to strengthen its image, while China develops its strategy through global initiatives such as the "Belt and Road Initiative" and the Confucius Institutes. Ukraine, in turn, actively utilizes social media and digital platforms to promote its international image, especially amid geopolitical challenges. Image diplomacy is emerging not only as a component of foreign policy strategy but also as an important factor in national identity and social consolidation. The article emphasizes the importance of developing long-term strategies in this area for effective international image management, taking into account modern information trends and political challenges. It is also noted that future research could focus on analyzing the effectiveness of various models of image diplomacy in the context of global political competition.

Keywords: image diplomacy, international image, nation branding, soft power, cultural diplomacy, USA, China, Ukraine.

*Рекомендовано до друку –
к. політ. н., доц. Грабіной А. В.*

*Стаття надійшла в редакцію
09.04.2025 р.*