

ВІДГУК
офіційного опонента
доктора політичних наук, доцента
Даниленка Сергія Івановича
на дисертацію Осмолівської Анни Олександрівни
«Політика формування іміджу України в інформаційному просторі
закордонних держав після 2014 р.»
подану на здобуття наукового ступеня доктора філософії
за спеціальністю 052 «Політологія»

Завдання, що постають перед державою та громадянським суспільством у сфері формування іміджу держави в зовнішньому інформаційному просторі, набувають все більшої актуальності з урахуванням сучасних тенденцій поглиблення цифрової взаємодії між акторами світової політики та посиленням глобалізаційних процесів, які визначають міжнародні відносини сьогодні. Міждержавні суперечки (війни, регіональні конфлікти, міграційні кризи) нині набувають ознак гібридності та прихованого характеру через використання високотехнологічних механізмів інформаційної зброї. Країни, які мають політичні, економічні та соціальні проблеми в середині та не мають чіткої стратегії позиціонування себе на світовій арені, програють у таких напружених процесах.

За умов часткового та сегментованого контролю з боку України над власним інформаційним простором, а звідси – і неможливості чинити ефективний та проактивний опір зовнішньому деструктивному впливові, блокувати та нейтралізувати той масив недостовірної інформації (здебільшого негативної), який продукують впливові медіа-інвестори світу (як національні суверенітети, так і недержавні утворення) про українську державу, під загрозою опиняються національні інтереси держави, спільні цінності та навіть її територіальна цілісність. А системна криза, яка триває в Україні з 2014 року, та болісний пошук української ідентичності лише додають ще більшого значення досліджуваній проблематиці.

Серед тих досліджень, що присвячені питанню place-branding та іміджу держави, дослідження Осмолівської А.О. вдало поєднує в собі три рівні реалізації політики формування іміджу, а саме зовнішній, національний та регіональний (локальний). Таке комплексне бачення іміджу держави, який, на думку авторки, має поєднати вдалі образи локальних територій, автентичні цінності, історичну пам'ять, образи національних героїв, символи, які б відображали українську національну ідентичність, туристичний потенціал, економічний добробут та політичну стабільність (а політика формування іміджу держави має бути складовою всіх сфер її зовнішньополітичного курсу), було сформульовано та експериментально доведено чи не вперше.

Сформульовані предмет та об'єкт дослідження, визначена мета та поставлені завдання відповідають предметному змісту спеціальності. Мета дослідження, яку перед собою поставила дисертантка, полягала у тому, щоб визначити специфіку політики формування образу України в зовнішньому інформаційному просторі після 2014 року та запропонувати шляхи зміцнення її позитивного іміджу. Така постановка мети передбачала, з одного боку, опрацювання значного обсягу емпіричного матеріалу, враховуючи полідисциплінарність досліджуваної проблематики, що поєднує в собі здобутки в сфері політичного маркетингу, територіального брендингу, урбаністики, медіадискурсу, державної політики децентралізації та регіонального розвитку тощо. З іншого боку, шляхи розв'язання поставлених завдань були пов'язані з необхідністю практико-орієнтованих прикладних кроків. Таким чином, методологія, розроблена авторкою для вивчення предмета дослідження, включала в себе використання широкого кола методів і методик з різних наукових дисциплін: політичних наук, міжнародних відносин, соціології, геополітики, брендингу територій, політичної регіоналістики, політичної комунікації, а також сучасних методів та методик прикладного політичного

аналізу для визначення засад формування інформаційного простору і місця України в ньому (моніторинг та контент-, івент-аналіз).

Новизна дисертаційного дослідження, перш за все, полягає в тому, що на підставі аналізу чинних нормативно-правових документів, вивчення динаміки інформаційної присутності України на підставі моніторингу закордонних медіаджерел, виявлення специфіки інформаційного супроводу державної регіональної політики шляхом локального експерименту, запропоновано авторську модель зовнішнього іміджу України та шляхи його просування, що акумулюють уточнення зовнішньополітичного курсу держави, коригування практик і інструментів зміцнення комплексного іміджу держави та просування його ключових елементів.

Особливу увагу привертає авторське визначення поняття «політика формування зовнішнього іміджу держави», що тлумачиться авторкою як комплекс реальних механізмів та цілеспрямованих дій з формування та просування в інформаційному просторі сукупності уявлень (образів, асоціацій, потрактувань) про неї через локальні образи та загальнонаціональні ідентифікації. Авторка довела доцільність вивчення такої політики через категорії: «образ країни», «імідж держави», «репутація держави», «бренд держави», «ознаки і асоціації України», «частка інформаційної присутності України у медіапросторі інших держав». Авторка дослідження цілком влучно вважає за необхідне розмежовувати поняття «національний інформаційний простір» та «зовнішній інформаційний простір». Так само вона пропонує розрізняти поняття «національний інформаційний простір України» та «інформаційний простір України». Визначальним принципом такого розмежування для авторки є функціонування інформаційного простору в межах задекларованих державою норм або поза цими нормами (з використанням впливу на цей інформаційний простір з боку інших акторів через різні інформаційні канали).

Цікавим результатом дослідження стало визначення індикаторів аналізу та порівняння складових іміджу України в інформаційному просторі інших держав, серед яких зазначається образ влади України; події, в контексті яких згадується Україна; асоціативні образи України та українців; характеристики та ментальні особливості її народу; стереотипні поведінкові реакції українців та соціальний дисплей українського суспільства, а також культурна спадщина України.

Одним із основних практичних результатів роботи є комплексне експериментальне дослідження з побудуванням моделі державних комунікацій за віссю «Держава-Регіон-Район», що може бути доцільною в контексті коригування внутрішнього вектору інформаційного супроводу державної регіональної політики і політики формування позитивного іміджу України.

Отже, запропоновані авторкою три можливі для України сценарії із впровадження політики формування і просування іміджу цілком відображають той суперечливий та непростий щодо вибору стан, у якому сьогодні перебуває Українська держава. Коригування державної політики шляхом посилення локальних образів та загальнонаціональних цінностей, актуальних асоціацій та ідентифікацій українців видається можливим тільки у разі, якщо це стане спільною справою представників влади, бізнесу, науковців і громади.

Зміст роботи та опубліковані наукові праці дають підстави стверджувати, що мета та завдання дослідження вирішені в повному обсязі та корелюються із науковою новизною та висновками. Зміст основних положень дисертаційного дослідження викладено у 6 публікаціях, 4 з яких є одноосібними: 4 – у наукових фахових виданнях України, 2 – у наукових періодичних виданнях інших держав, які включені до міжнародних наукометричних баз з наряду, за яким підготовлено дисертацію. Висновки та наукові положення по кожному розділу дисертації, що становлять наукову новизну і винесені на захист, висвітлені в опублікованих працях. Значущість наукових положень, висновків,

сформульованих у дисертації, також підтверджується їхньою апробацією на міжнародних та всеукраїнських науково-практичних конференціях: на 3 міжнародних та 2 всеукраїнських. Крім того, результати дослідження були апробовані в рамках проєкту «Розробка моделі державних комунікацій Вінницької ОДА: регіональний вимір» за підтримки Вінницької обласної державної адміністрації. Якість, обсяг та кількість публікацій Осмолівської А.О. відповідає вимогам, встановленим для здобуття наукового ступеня доктора філософії.

Дисертаційне дослідження Осмолівської А.О. має беззаперечну прикладну та наукову цінність. Концептуалізація бачення політики формування іміджу України як складової її зовнішньої політики, а поля формування іміджу держави як сукупності інструментів зовнішньої політики держави, каналів просування інформації, суб'єктів коригування цієї інформації, дає підстави для подальших теоретичних досліджень окремих складових цього поля, оцінки ефективності задіяних ресурсів з точки зору досягнення спільної мети формування позитивного іміджу України серед зовнішніх стейкхолдерів.

Основні положення кваліфікаційної наукової праці Осмолівської можуть бути застосовані при розробці навчальних курсів з прикладного політичного аналізу та політичного прогнозування, політичних технологій та комунікацій, брендингу територій. Низка положень та рекомендації дослідження можуть бути використані органами державної влади та місцевого самоврядування, державними інститутами, відповідальними за сферу інформаційної політики та просування позитивного іміджу України в інформаційному просторі закордонних держав, установами, які зацікавлені у формуванні позитивного іміджу держави на світовій арені для залучення інвестицій або просування інших напрямів економічного розвитку, неурядовими установами.

У цілому позитивно оцінюючи науковий рівень дисертаційного дослідження А.О. Осмолівської, слід зазначити деякі дискусійні положення та зауваження:

1) В експериментальній частині дослідження авторка на прикладі Вінниччини демонструє впровадження державної політики регіонального розвитку, що дало змогу визначити засади формування образів локальних територій у внутрішньому інформаційному просторі, як вона зазначає у Вступі (С. 25). Проте було б доцільно на наш погляд ці засади б відобразити у висновках до розділу 4.

2) Авторка зазначає, що цілісний імідж держави має включати в себе цілий комплекс образів, що демонструє побудована авторкою інтегральна модель політики формування іміджу держави. Доцільним було б показати реальні дієві практики світового досвіду, що змогли б підтвердити цю модель. Чи є такі практики? Чи авторкою побудована «ідеальна» модель і до неї варто прагнути?

3) Авторка слушно зауважує на дипломатичній діяльності не тільки, як на одному з напрямів зовнішньополітичного курсу держави, а й як одному з каналів просування іміджу України. Діяльність дипломатичних місій за кордоном, виступи українських дипломатів у експертному середовищі, представлення України на визначних культурних, політичних, економічних заходах розглядається авторкою в якості суб'єктів просування та коригування іміджу України через відповідні канали. Публічна дипломатія є одним із найважливіших інструментів зовнішньої політики України, спрямованим саме на зміцнення і просування іміджу держави в міжнародних відносинах. Проте авторка не акцентує увагу на цьому напрямі. Робота ще більш виграла, якщо б авторці вдалося приділити більше увагу публічній дипломатії. Тим більше, що в березні 2021 року Міністерство закордонних справ України вперше в історії

затвердило Стратегію публічної дипломатії, основною метою якої саме утвердження позитивного іміджу України в світі в умовах гібридних загроз.

4) У підрозділі 3.3., де йдеться про роль міжнародних рейтингів у процесі формування іміджу держави, варто було б розглянути один із тих, який визначає присутність національних університетів серед провідних світових освітніх центрів. На нашу погляд, оскільки у роботі багато йшлося про академічне середовище, це сприяло б посиленню уваги до освіти як до одного з ключових показників привабливості країни, її поступу й демократичних перспектив (С. 135).

Зауваження та пропозиції, висловленні у рамках дослідження роботи, не впливають на високу оцінку дисертаційного дослідження А.О. Осмолівської та не знижують його наукової і практичної цінності. Представлене дослідження є завершеною науковою розробкою актуальної проблеми. Авторка керувалась сучасними теоретико-концептуальними позиціями, які вона побудувала на широкому емпіричному та фактологічному матеріалі. Отже, дисертаційне дослідження Осмолівської Анни Олександрівни «Політика формування іміджу України в інформаційному просторі закордонних держав після 2014 року» за своїм змістом, рівнем наукової новизни та характеру висновків є таким, що відповідає спеціальності 052 «Політологія» та вимогам постанови Кабінету Міністрів України № 167 від 06.03.2019 «Про проведення експерименту з присудження ступеня доктора філософії», а тому його авторка Осмолівська А.О. заслуговує на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 052 «Політологія».

Офіційний опонент
Завідувач кафедри
міжнародних медіакомунікацій
та комунікативних технологій
Інституту міжнародних відносин
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка
доктор політичних наук, доцент

С.І. Даниленко
професор кафедри міжнародних відносин
Київського національного університету імені Тараса Шевченка

С.І. Даниленко