

**РОЛЬ ЕЛЕКТРОННОГО PR У ФОРМУВАННІ
МІЖНАРОДНОГО ІМІДЖУ ДЕРЖАВИ**

Наукові праці МАУП, 2014, вип. 42(3), с. 39–42

Трансформації політичного середовища та політичної культури українського суспільства визначають напрями наукового дослідження, пов'язані з розвитком і функціонуванням нових елементів політичної культури та політичної іміджології, теоріями впливу комунікативних технологій, у тому числі й за допомогою Інтернету, на політичні рішення та світову громадську думку.

Сучасні міжнародні відносини, політична та економічна сфери спираються на новітні технології встановлення й підтримки інформаційних зв'язків. Міжнародна інформаційна політика вимагає все більшої кількості каналів впливу на цільові аудиторії. Як зауважує дослідник PR-технологій формування міжнародного іміджу держави О. В. Шевченко: “Глобалізація міжнародного розвитку значно актуалізувала частину сучасних комунікацій, особливо міжнародні електронні публік рилейшнз, під якими розуміють комунікації зі світовою громадськістю, що відбуваються в мультикультурному середовищі та спрямовані на гармонізацію стосунків між різними суб'єктами міжнародних відносин” [7].

Поняття державного іміджу є достатньо дослідженим та має транснауковий характер. Проблемою національного іміджу займалися фахівці різних галузей, таких як соціологія, політологія, філософія тощо, а саме: Д. Белл, Е. Бернайза, С. Блек, Г. Брум, Ф. Буарі, М. Гроха, Н. Еліаса, С. Катліпа, М. Кастеллс, Г. Кіссінджер, О. Забужко, І. Кисельов, В. Крисаченко, К. Плешаков, Ю. Романенко, З. Бжезинський, І. Валлерстайн, К. Вальц, Е. Гідденс, Р. Інглегарт, Д. Лайон, Г. Ласвелла, Х. Моргентгау, О. Панаріна. Серед вітчизняних дослідників, такі як: А. Старостіна, А. Личова, В. Петровський, В. Бебик, Є. Макаренко, О. Зернецька, Л. Нагорна, В. Крисаченко,

М. Степико, С. Мітряєв, Є. Тихомирова. Значний вклад у розвиток досліджень зроблено також працями Д. Кіслова [1], О. Маліс [3] В. Терещук [6].

Проте дослідження проблематики електронного PR в міжнародних відносинах, використання його в інформаційних війнах для підтримки власного іміджу країни чи дискредитації іміджу іншої країни в науковому колі має значні прогалини. У науково-практичному плані визначимо функціональні завдання та методи формування політичного іміджу держави за допомогою електронного публік рилейшнз. На сучасному етапі міжнародний імідж держави свідчить про її економічну та політичну силу, процвітання та високий рівень культурного розвитку та є показником авторитетності й успішності дій тієї чи іншої країни на світовій арені.

У глобальному інформаційному середовищі віртуальна дипломатія зі своїми методами впливу лежить в основі формування політичної ідеології країни. Нині в міжнародному науковому середовищі паралельно використовуються декілька термінів для позначення способу здійснення впливу на міжнародну спільноту за допомогою інформаційно-комунікативних технологій: “цифрова дипломатія” (digital diplomacy), “інтернет-дипломатія” (Internet diplomacy), “електронна дипломатія” (eDiplomacy), “дипломатія

електронних ЗМІ” (digital media diplomacy), “дипломатія соціальних мереж” (social media diplomacy), “Твіттер-дипломатія” (Twitter diplomacy), або “Твіпломатія” (Twiplomacy), “публічна дипломатія Веб 2.0.” (Public diplomacy Web 2.0.), “Кіберпарадипломатія (cyberparadiplomacy) та ін. Поняття “інноваційна дипломатія” є перспективним для використання з точки зору його зіставлення з традиційною, класичною дипломатією, та малодослідженим.

Відповідно можна стверджувати, що актуальність проблеми віртуальної дипломатії викликана об’єктивними вимогами функціонування державних інститутів за доби домінування мережі Інтернет.

На становлення та трансформацію міжнародного образу держави впливають, на думку О. В. Пархомчук, зовнішні (екзогенні) чинники. “Серед зовнішніх чинників конструювання міжнародного образу держав на сучасному етапі важливі світові стандарти, що сформовані міжнародною спільнотою та є конвенційними за походженням, задекларовані в нормах міжнародного права, документах міжнародних організацій, фіксуються щорічними рейтингами міжнародних організацій та рейтингових агентств” [4]. Ці показники ілюструють привабливість (або навпаки) спільноти для міжнародної аудиторії і стосуються економічних показників (рівня й тривалості життя населення, економічного добробуту, рівня корупції, можливості ведення бізнесу тощо) та політичних (розвитку інститутів демократії, інститутів громадянського суспільства, дотримання і захисту прав людини).

На сучасному етапі розвитку держави активно використовуються інструментальні механізми формування зовнішньополітичного іміджу та захисту національної державної політики від антидержавної пропаганди — політичні технології, невід’ємними елементами яких є маркетинг, іміджологія та електронні паблік рилейшнз.

Формування політичного іміджу країни в інформаційному просторі і, зокрема, в Інтернет-просторі не обмежується лише використанням електронних засобів масової

інформації на зразок майданчиків для організації рекламних та PR-заходів. Інтернет активно впливає на формування незвичних норм поведінки як на міжнародній сцені, так і межах певної країни.

Прогрес в інформаційних технологіях, прискорене зростання ролі кіберпростору і соціальних мереж породжують нову реальність не тільки для організацій і громадян, а й для держав. Така квазі-реальність, сконструйована сірою пропагандою, іноді не має абсолютного нічого спільного з реальним станом справ. Порівняно з традиційними засобами комунікації Інтернет надає державі масштабний канал ведення не монологу або уривчастого спілкування (телебачення або друковані засоби масової інформації), а постійного діалогу із громадянами, зарубіжною аудиторією і науково-експертним співтовариством. Такий соціальний діалог є основою демократичного врядування, основою інтеракції держави з громадянином, держави з громадянським суспільством.

Тоталітарна держава намагається обмежити дискусію суспільства на політичну тематику або задати їй конкретного провладного спрямування. Практика пропагандистської війни України з Російською Федерацією показала, що політичний монолог останньої із суспільством з допомогою телебачення (змонтованого відеоряду) дає на виході прогнозований тоталітарний продукт — запрограмовану особистість.

Споживачі Інтернет-джерел інформації у плані політичного мислення якісно відрізняються. Політичний діалог і можливість отримання інформації з будь-якої точки світу в режимі он-лайн значно розширюють політичний кругозір адресата.

Серед причин зростання значення і ваги міжнародних паблік рилейшнз Т. Лебедева називає такі тенденції: “Інтернаціоналізація економічного, політичного та культурного життя, що сприяла глобалізації міжнародних відносин і зростанню взаємозалежності всіх суб’єктів міжнародних відносин; зростання значення громадської думки в міжнародних відносинах; зростання значення міжнародної підтримки у розв’язанні глобальних проблем

та вирішенні конфліктів; формування позитивного ставлення суб'єктів міжнародних відносин як необхідного аспекту налагодження співпраці та економічних стосунків" [2].

Присутність в Інтернеті, контроль за інформаційними потоками визначають імідж держави в глобальному інформаційному просторі. На основі аналізу існуючих в Інтернет-просторі різновидів політичної комунікації можна зробити висновок, що інформаційно-комунікаційними складовими політичного іміджу державної влади є: Інтернет-представництва суб'єктів політики; Інтернет-сторінки в соціальних мережах відомих політиків та державних чиновників, публікації про політичних акторів в електронних засобах масової інформації (вітчизняних та зарубіжних); обговорення на форумах та інших Інтернет-сайтах.

За Г. Почепцовим [5], напрямками здійснення іміджевих комунікацій української держави у мережі Інтернет мають стати:

- 1) "використання доменних імен та контроль за власним іміджем в Інтернеті;
- 2) використання веб-сайтів зовнішньополітичного відомства та дипломатичних представництв за кордоном із відповідним інформаційним наповненням та мовною доступністю;
- 3) публікація іміджевих матеріалів як на власних веб-ресурсах, так і у світових Інтернет-виданнях та стрічках новин".

До цього переліку слід додати:

- 4) створення та підтримка веб-проектів;
- 5) створення на цих веб-порталах та веб-сайтах служб тематичних інформаційних розсилок;
- 6) публікація власних інформаційних матеріалів;
- 7) участь у спеціальних форумах, дискусійних групах;
- 8) висвітлення власної позиції певного чиновника чи політика на власній сторінці в соціальних мережах.

Глобальне інформаційне середовище вимагає від структур Міністерства закордонних справ України аналізувати і розуміти нові інформаційно-пропагандистські канали та технології. Навіть військові експерти кон-

статують зміни в систематиці формування міжнародної інформації. Міністерство закордонних справ України перестало бути монополістом подачі інформації про країну, цю роль стали поділяти поряд із ним сайти громадських організацій; спостерігається неконтрольований потік інформації у соціальних мережах. Тому Міністерство закордонних справ України повинно якісно збільшувати свою присутність в Інтернеті за допомогою публікацій у сервісах новин, блогах, відеоблогах, у соціальних мережах, адже це найсучасніший і практичний спосіб подачі інформації для аудиторії. Як абсолютно слушно наполягає Г. Почепцов: "Високопосадовці з урядових та дипломатичних кіл мають вжити заходів у царині електронної дипломатії з метою її інтеграції у наявні дипломатичні практики, щоб використовувати усі переваги Twitter-дипломатії" [5].

Перспективою подальших розвідок у цьому напрямі може бути детальне дослідження офіційних веб-сайтів органів державної влади, Міністерства закордонних справ України та дипломатичних представництв, визначення можливостей оптимізації діалогу між державою і громадянським суспільством, між державою та міжнародною спільнотою за допомогою Інтернету тощо.



Література

1. Кіслов Д. В. Політична безпека масових комунікацій: Монографія / Д. В. Кіслов. — К.: КП "МП Леся", 2010. — 208 с.
2. Лебедева Т. Ю. Паблік рилейшнз. Корпоративная и политическая режиссура. Модель. Система ценностей. Каналы СМК. — М.: Изд-во Московского ун-та, 1999. — 352с.
3. Маліс О. Політичний сайт як посередник між суб'єктами політики та суспільством. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.viche.info/journal/1160>
4. Пархомчук О. В. Імідж країни як інструмент зовнішньополітичної діяльності держави. — [Електронний ресурс] Режим доступу: [41](http://isifak.org.ua/tendentsii-rozvytku-suchasnoi-systemy-mizhnarodnykh-vidnosyn-ta-svitovoho-politychnoho-protsesu/186-zovnishnia-polityka-derzhav-svitu-v-umovakh-h-</div><div data-bbox=)

lobalizatsii/612-imidzh-krayiny-yak-instrument-zovnishnopolitychnoyi-diyalnosti-derzhavy

5. Почепцов Г. Г. Інформаційна політика. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://pidruchniki.ws/15840720/politologiya/informatsiyna_politika_-_rochepstov_gg

6. Терещук В. І. Електронний PR як засіб формування зовнішньополітичного іміджу держави: Мо-

нографія. — К.: Ун-т економіки та права “КРОК”, 2012. — 200 с.

7. Шевченко О. В. PR-технології формування міжнародного іміджу держави. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://megalib.com.ua/content/4182_Shevchenko_OV_PR_tehnologii_formyuvannya_mijnarodnogo_imidju_derzavi_.html

У сучасному інформаційному середовищі пропаганда з допомогою новітніх технічних досягнень та комунікативних систем стала невід’ємним елементом ведення активних дій у політичному просторі (від PR-заходів виборчої кампанії всередині країни до актів холодної війни в міжнародному інфопросторі). Достатня адекватна присутність Міністерства закордонних справ України в Інтернет-просторі і вчасні контрпропагандистські заходи — необхідна складова національної безпеки країни.

В современной информационной среде пропаганда посредством новейших технических достижений и коммуникационных систем стала неотъемлемым элементом ведения активных действий в политическом пространстве (от PR-мероприятий избирательной кампании внутри страны до актов холодной войны в международном инфопространстве). Достаточное адекватное присутствие Министерства иностранных дел Украины в Интернет-пространстве и своевременные контрпропагандистские меры — необходимая составляющая национальной безопасности страны.

In the modern Informational environment, the promotion with the help of new technological achievements and communicative systems became an integral element of conduction the active operations in the political space (from pr-entertainments of the electoral company inside the country, to to the acts of cold war in the interntional area). The most important part of the international security of Ukraine is an adequate presence of the ukrainian Ministry of Foreign Affairs in the internet space and modern outreach measures.

Надійшла 10 червня 2014 р.