

УДК 327.019.5:[316.776.33:070:654.19]

МІСЦЕ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ІНФОРМАЦІЙНІЙ ПОЛІТИЦІ З ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНОГО ІМІДЖУ ДЕРЖАВИ

Катерина Дубняк

*Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка
м. Київ, вул. Мельникова 36/1*

У статті аналізується роль засобів масової комунікації як джерела впливу на суспільну думку в середині держави та їх участь у формуванні міжнародного іміджу держави. Успішність реалізації пріоритетів зовнішньої політики залежить від іміджу держави за кордоном, тому засоби масової комунікації мають бути інструментарієм держави для розширення присутності «тематики» у міжнародному інформаційному просторі, створенні позитивного міжнародного іміджу держави, протидії інформаційним викликам.

Ключові слова: засоби масової комунікації, інформація, імідж держави

«Хто володіє інформацією – володіє світом».

Майєр Амишель Бауєр (Ротшильд)

Постановка проблеми. Для XIX–XX століть ця теза була особливо актуальною. Однак сьогодні, в умовах глобалізації та розвитку сучасних інформаційних технологій володіти лише інформацією недостатньо.

Індивідуальна, групова та масова свідомість все більше залежать від масово-комунікаційних процесів, від стану міжсередовищного інформаційного простору, в якому вірують інформаційні війни.

Аналіз новітніх досліджень і публікацій з даної проблеми дає підстави вважати, що акцент інформаційної політики перемістився від вивчення процесів управління засобами масової комунікації на управління інформацією. Цю проблематику розглядають у свої роботах такі видатні дослідники масових інформаційних процесів як українські вчені Г. Почепцов, А. Чічановський, О. Городейко, В. Іванов.

Формулювання мети статті. Мета даної статті – дослідити вплив інформаційно-політичної складової на сучасних комунікацій на суспільну думку щодо іміджу держави або їх владних структур.

Виклад основного матеріалу.

Успішність реалізації пріоритетів зовнішньої політики багато в чому залежить від іміджу держави за кордоном, позитивне сприйняття якої має супроводжуватися комплексом заходів направлених на роз'яснення суті рішень у внутрішній та зовнішній політиці, проведення систематичної роботи з метою створення міжнародної інформаційної атмосфери сприятливої для політичного та економічного розвитку.

Створення позитивного та керованого іміджу є одним з найважливіших завдань зовнішньої політики будь-якої держави. Позитивний образ держави в ма-

совій суспільній свідомості необхідний, насамперед, для успішного просування та реалізації національних інтересів. В цьому контексті особливо важливою є інформаційна політика держави, одним із ключових напрямків якої є формування сприятливого іміджу держави, її громадян, зовнішньої та внутрішньої політики, культурних цінностей та способу життя.

Важливе значення для ефективної реалізації цілей політики держави має комплекс заходів, спрямованих на формування орієнтованих на інформування цільових аудиторій та окремих груп людей за кордоном «меседжів». Створення та розвиток інструментів комунікації, прями контакти між громадськими інститутами, ЗМІ, владного спонукання до створення відповідних інформаційних програм, реалізація іміджевих проєктів, пропаганда своєї культури, цінностей за допомогою телебачення, радіо, туризму, театру, спорту тощо [1].

Зазначені принципи взяті на озброєння багатьма країнами сучасного світу і використовуються з метою формування та просування вигідного образу держави, ідеології, культури, пропаганди демократичних та цивілізаційних цінностей.

Формування іміджу держави відбувається під впливом певних факторів:

- 1) внутрішніх (внутрішня політика, суспільна думка, виступи політиків, персоніфікація влади і т.д.), які залежать від внутрішньодержавних процесів;
- 2) зовнішніх (зовнішня політика, суспільна думка населення іноземних держав, іміджева політика зовнішньополітичного відомства тощо) – тих, що залежать від процесів поза межами держави [2].

На думку багатьох дослідників, засоби масової інформації (далі – ЗМІ) у різних сферах держави, зокрема політики, виконують дві найважливіші, тісно пов'язані між собою функції: спостерігають за політичним життям від імені соціуму та забезпечують репрезентацію публічної сфери [3]. Вони конструюють політичний імідж держави, який базується не тільки на реаліях, створюючи в такий спосіб нову реальність: ідеальні моделі або образи ворогів. Сьогодні державна влада в багатьох країнах широко використовує для формування внутрішнього та зовнішнього іміджу держави відносно новий канал комунікацій у політичній сфері – Інтернет. Як приклад системи інтерактивної взаємодії держави та громадян за допомогою Інтернету можна навести «електронний уряд», характерними рисами якого є орієнтація на громадян, зручність і простота [4].

Враховуючи інтенсивність впровадження сучасних інформаційних технологій, насамперед, широке використання відкритих інформаційно-телекомунікаційних систем, зросли загрози використання проти нашої держави «інформаційної зброї», яка, за відсутності належної протидії, здатна ускладнити процес реалізації національних інтересів у сфері забезпечення інформаційної незалежності та розширення присутності України у світовому інформаційному просторі.

У цьому контексті пріоритетного значення набуває, зокрема, забезпечення чіткості та системності в реалізації державної політики у галузі підтримки і розвитку українського інформаційного простору, вдосконалення національної інформаційної інфраструктури, організації та забезпечення міжнародного інформаційного обміну й інтеграції інформаційного простору України у світовий інформаційний простір, дотримання принципу паритетності у взаємодії з іноземними державами в інформаційній сфері [5].

Зокрема, більш тісної горизонтальної координації дій відповідних центральних та регіональних органів виконавчої влади щодо забезпечення націо-

нальних інтересів нашої держави з протидії реальним та потенційним викликам і загрозам в інформаційній сфері.

Варто зазначити, об'єктивне поширення інформації про життя в Україні з боку іноземних ЗМІ ґрунтується, перш за все, на засадах професійної журналістської етики і може бути повноцінно реалізоване у випадку наявності єдиної інформаційної стратегії держави та доступу ЗМІ до інформації з багатьох компетентних джерел.

В цьому контексті, слід відзначити роль засобів масової інформації й комунікації (далі – ЗМК), що діють в певній державі, як джерела впливу на суспільну думку і суспільство в цілому. Інформація, розповсюджувана вітчизняними засобами масової комунікації, як правило, використовується закордонними засобами масової комунікації в якості джерела. Відповідно, внутрішній, а також зовнішній імідж держави формується й під впливом засобами масової комунікації. У цьому зв'язку, підвищується відповідальність українських ЗМК, прямо причетних до формування національного іміджу [3].

Кінцева інтерпретація того чи іншого інформаційного продукту завжди залежить від мети його здобування та характеру його висвітлення. Таким чином, держава має створити дієві механізми протидії необ'єктивному та негативному висвітленню інформації про життя в Україні шляхом постійного моніторингу відповідними органами державної влади інформаційного середовища тих держав, де це відбувається систематично, надаючи відповідну реакцію по інформаційним чи дипломатичним каналам.

Цей крок є також позитивним у напрямку зміцнення інформаційного сегменту національної безпеки нашої держави, котрий наразі перебуває під постійним агресивним впливом певних держав, де інформація про Україну подається упереджено, необ'єктивно та носить переважно дискредитаційний характер. Відсутність належної симетричної реакції з боку нашої держави на подібні випадки провокує, у свою чергу, посилення ступеню тиску на українське суспільство, особливо з огляду на те, що телерадіокомпанії деяких прикордонних держав мають право поширювати своє мовлення на українську територію.

Протидія інформаційній агресії та цілеспрямованим кампаніям у іноземних ЗМІ проти України є одним з першочергових елементів гарантування національної безпеки України у зовнішньому вимірі. Інформаційні війни стали поширеним інструментом здобування політико-економічних інтересів держав, котрі прагнуть посилити свій вплив на формування громадської думки в Україні з метою її подальшого використання для реалізації власних зовнішньополітичних стратегій.

Україна є об'єктом потужної спланованої інформаційної агресії деяких сусідніх з нею держав (на сьогоднішній день в першу чергу Росії), котра обумовлена геополітичним розташуванням нашої країни і наявністю великої кількості зовнішніх інтересів до неї. На сучасному етапі ці інтереси реалізуються кризь національні та іноземні мас-медіа у різноманітних сферах національної безпеки [5]:

- У зовнішньополітичній сфері поширюється недостовірні, упереджені та неповна інформація про Україну, формується негативна світова громадська думка з метою просування власних інтересів певних держав (зокрема, під час виборчих кампаній у нашій державі);
- У сфері державної безпеки відбувається посягання на суверенітет та територіальну цілісність України;

- У воєнній сфері Україна дискредитується у якості надійного та передбачуваного партнера у питаннях продажу озброєння третім країнам з порушенням норм міжнародного права;
- У внутрішньополітичній сфері викривляється та неправдиво подається інформація про критичний стан національних меншин у нашій державі, порушуються питання другої державної мови тощо;
- У економічній сфері;
- У соціально-гуманітарній сфері;
- У науково-технічній сфері;
- У екологічній сфері.

Головними тезами російської інформаційної пропаганди є: Крим з історичної, культурної та ментальної точки зору ніколи не був українським, його повернення в РФ є природним явищем; РФ діє виключно з метою захисту російської меншини від радикально налаштованих українських націоналістів; жителі Луганської та Донецької областей самостійно виявляють прагнення увійти до складу РФ, з боку РФ допомога в реалізації даних намірів не надається; Україна розділена на схід і захід, їй потрібна федералізація; в державі триває громадянська війна; загибель мирних людей є спланованою акцією влади України; через «каральну операцію» української влади на сході гинуть мирні люди, тому влада має негайно припинити її без будь-яких умов і сісти за стіл переговорів з власним народом; після державного перевороту в Києві продовжує діяти «хунта» і «нацистський режим»; хоч діючий Президент України і легітимний, але прийшов до влади не зовсім правовими методами.

Для антиукраїнської пропаганди також використовуються історичні паралелі.

Враховуючи несприятливі умови для антиукраїнської пропаганди у Європі та Північній Америці, а також пріоритетну увагу керівництва України до роботи з лідерами цих держав, РФ спрямовує зусилля для зміцнення відносин з країнами пострадянського простору Азії, Африки і Латинської Америки, а також пошуку нових союзників у цих регіонах.

Залучення РФ значних фінансових ресурсів для ведення пропагандистської роботи на різних напрямках суттєво впливає на ефективність дзеркальних заходів у відповідь. Методи контрпропаганди пропонуються розробити виходячи зі специфіки кожного регіону. Поряд з традиційними дипломатичними методами, які використовує РФ, доцільно також використовувати асиметричні заходи [6].

Україна та компетентні ЗМІ мають працювати над створенням умов для ефективної протидії комплексним інформаційним загрозам і системно вирішувати завдання інформаційного протистояння. Видається дієвим механізмом було б вдосконалення нормативно-правової бази на засадах гармонізації інформаційних прав, свобод і відповідальності людини, суспільства і держави, і на цьому підґрунті розроблення єдиної державної політики інформаційної безпеки.

Крім цього, варто на загальнодержавному рівні надавати ресурсне та організаційно-технічне сприяння телерадіокомпаніям та друкованим ЗМІ України, котрі своєю діяльністю сприяють поширенню позитивної інформації про нашу державу у європейському та світовому інформаційному просторі.

Таким чином, діяльність держави та ЗМІ мають спрямовуватись на розширення присутності «української тематики» у міжнародному інформаційному просторі. Це пов'язане з необхідністю протидії деструктивним кампаніям у міжнародному інформаційному середовищі, спрямованих проти України, та необхідністю створення сприятливої «інформаційної атмосфери» [7].

Відсутність інформації про державу у світовому інформаційному просторі завдає такої ж шкоди національним інтересам як і присутність негативної інформації.

Сучасні цілі та завдання, які постають перед Україною, вимагають масштабних дій з метою протидії інформаційним атакам проти України, забезпечення належного інформаційного супроводу міжнародних ініціатив та внутрішніх реформ України.

Отже, необхідно максимально заповнити той сектор медіапростору, що відведений Україні, інакше це зроблять інші, і далеко не завжди так, як нам би цього хотілося.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Галумов, Э.А. Имидж страны: компоненты структуры и коммуникации [Электронный ресурс] / Э.А. Галумов. – Режим доступа: <http://www.iamik.ru?or=full&what=content&ident=14559>. – Название с экрана.
2. Чічановський А.А., Старіш О.Г. Інформаційні процеси в структурі світових комунікаційних систем: Підручник / А.А. Чічановський, О.Г. Старіш – К.: Грамота, 2010. – 568 с.
3. Van Ham, Peter. The rise of brand state: the postmodern politics of image and reputation [Electronic resource] / Peter van Ham. – Mode of access. – <http://www.globalpolicy.org/component/content/article/162/27557.html>. – Title from the screen.
4. Качинська, Н.О. Політичний імідж держави: структурні та комунікаційні компоненти феномену [Електронний ресурс] / О.Н. Качинська. – Режим доступу: <http://www.viche.info/journal/1738/>. – Назва з екрану.
5. Задорожний А.В., Пазюк А.В. Международное информационное право. Учебник (в 2-х т.) / А.В. Задорожний, А.В. Пазюк. – Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Институт международных отношений. – Киев: Издательский дом «Промени», 2012. – с.
6. Іванов В. Основні теорії масової комунікації і журналістики: Навчальний посібник / За науковою редакцією В. В. Різуна / Іванов В. – К.: Центр Вільної Преси, 2010. – 258 с.
7. Україна дипломатична – 2013: Науковий щорічник. – К., 2013. – Вип. 13.

PLACE OF FACILITIES OF MASS COMMUNICATION IN INFORMATIVEPOLITICS FROM FORMING OF INTERNATIONAL IMAGE OF THE STATE

Kateryna Dubnak

*The Institute of Journalism
of Taras Shevchenko National University of Kyiv
Melnykova street, 36/1, Kyiv, Ukraine*

This article analyzes the role of mass media as a source of influence on public opinion within a state and its participation in shaping international image of a state. Successful implementation of the priorities of foreign policy depends on the country's image abroad therefore mass media assist a state to be present in "information radars", to create its positive image and to counter information challenges.

Keywords: mass media, information, image of a state.

**МЕСТО СРЕДСТВ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ
В ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКЕ ПО ФОРМИРОВАНИЮ
МЕЖДУНАРОДНОГО ИМИДЖА ГОСУДАРСТВА**

Екатерина Дубняк

Институт журналистики

Киевского национального университета имени Тараса Шевченко,

ул. Мельникова, 36/1, Киев, Украина

В статье анализируется роль средств массовой коммуникации как источника воздействия на общественное мнение внутри государства и их участие в формировании международного имиджа государства. Успешность реализации приоритетов внешней политики зависит от имиджа государства за рубежом, поэтому средства массовой коммуникации должны быть инструментарием государства для расширения присутствия «тематика» в международном информационном пространстве, создании позитивного международного имиджа государства, противодействия информационным вызовам.

Ключевые слова: средства массовой коммуникации, информация, имидж государства.