

Нікулішин Наталія
асистент кафедри політології та міжнародних відносин
Національного університету «Львівська політехніка»
м. Львів, Україна

ЗНАЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ ТА ТЕХНОЛОГІЙ В ПРОЦЕСІ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ «М'ЯКОЇ СИЛИ» У ЗОВНІШНЬОПОЛІТИЧНОМУ КУРСІ УКРАЇНИ

*«Хто володіє інформацією, той володіє світом»
Вінстон Черчіль*

В умовах розвитку сучасного інформаційного суспільства, в якому інформація визнається основною цінністю, джерелом сили держави, зростає і значення інформаційного ресурсу політичного процесу. Політика «м'якої сили» передбачає реалізацію відповідних внутрішньо- і зовнішньополітичних завдань, насамперед, через застосування (або блокування) цілеспрямованих системних каналів донесення інформації до спільнот та особистостей. Відтак, сьогодні, саме ЗМІ та інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ) є ефективними інструментами реалізації політики «м'якої сили» як на локальному, так і на глобальному рівнях. Тому, для України, з метою успішної реалізації її «м'якої сили» у світі, пріоритетного значення набувають інструменти інформаційної сфери.

В останні роки, на думку експертів, спостерігається незначне посилення присутності України у глобальному інформаційному просторі. Зокрема, сьогодні офіційну інформаційну присутність України на міжнародній арені забезпечує Державна телерадіокомпанія Всесвітня служба «Українське телебачення і радіомовлення» (УТР) (здійснює мовлення у понад 80 країнах світу та Інтернет-мовлення); Державна телерадіокомпанія «Культура» (провадить мовлення у відкритому режимі на понад 80 країн світу) [4, С. 100].

Для подолання інформаційної ізоляції України важливим став запуск у 2011 р. української версії Euronews – іміджевого медіа-проекту в рамках європейської інтеграції України, який забезпечує посилення присутності нашої держави в європейському та світовому інформаційних просторах. До того ж, трансляція Euronews українською мовою сприяє просуванню європейських цінностей серед українського населення та об'єднанню українського суспільства навколо ідеї європейської інтеграції держави [3, С. 67-68].

Не менш важливу роль у популяризації національних інтересів України за кордоном відіграють і друковані ЗМІ. Як вже зазначалося, практично у всіх державах світу (США, Канада, Польща, Італія, Бразилія та ін.) виходять друком українські газети, що сприяє формуванню уявлення про вітчизняні цінності, кращому розумінню закордонною аудиторією політичних кроків еліти України тощо.

Разом з тим, ця достатньо розгалужена мережа присутності українських інформаційних ресурсів у світі не дає належного результату популяризації української національної ідеї на міжнародній арені. Зокрема, дослідники констатують, що на рівні практичної реалізації інформаційна політика сучасної України характеризується спорадичністю, різноспрямованістю, нескоординованістю в діяльності різних відомств, непослідовністю та непрозорістю в реалізації намічених заходів. Як наслідок, Україна наразі не входить до числа інформаційно незалежних держав, а характерними рисами її інформаційної сфери є малоефективна система державного регулювання національного медіа-простору, низький рівень присутності в глобальному медіа-просторі, висока інформаційна залежність від іноземних держав та медіа-структур тощо [1, С. 3-5;].

До прикладу, неабияким поштовхом до нарощення інформаційної присутності України та популяризації держави на міжнародній арені могли стати надбання Помаранчевої

революції 2004 р., які підтверджували демократичні та проєвропейські орієнтири суспільства. Проте політична еліта України не скористалася цією можливістю, що призвело до «згасання» інтересу з боку міжнародної спільноти щодо подій в Україні, та й України загалом. Фактично, до кін. 2013 р. – поч. 2014 р. європейські країни практично не цікавилися Україною та процесами, що в ній відбувалися, а якщо й цікавилися, то мали доступ, головню, до російських ЗМІ, які часто надавали недостовірну інформацію. Небажання влади активізувати інформаційну політику України, зокрема в контексті подій на Євромайдані та військового вторгнення Росії на територію України, також призвело до викривлення фактів з боку російських ЗМІ, результатом чого стало нерозуміння подій в Україні населенням чималої кількості світових держав. Зокрема, такі видання як «Известия», «Московский комсомолец», «Коммерсантъ» та багато ін., а також інформаційні агенції «РИА Новости», «ИТАР-ТАСС», «РОСБАЛТ», «АИС» не лише передруковували неперевірені новини, але й самі створювали неправдиві повідомлення (наприклад, щодо переходу на бік Росії корабля ВМС України «Гетьман Сагайдачний», про наявність численних біженців з України до Росії тощо). Намагання російських медіа сформувати уявлення про українців як про націоналістів, прихильників фашистської ідеології, призвело до вкрай «обережного» сприйняття Європою подій в Україні напр. 2013 – поч. 2014 рр. Негативним моментом є й те, що Україна не інформує міжнародну спільноту, а, радше, виправдовується, усвідомлюючи, що ідеї радикального націоналізму чи то фашизму не поєднуються з європейськими демократичними цінностями.

Однак революційні події в Україні під час Євромайдану активізували ще один, не менш важливий, механізм створення бренду держави на міжнародній арені, а саме, соцмережі. До прикладу, важливу роль у поширенні інформації про реальний стан ситуації в Україні, а також підтримку українським насе-

ленням демократичних ідей відіграли такі соціальні мережі, як-от, Twitter та Facebook. Зокрема, перший, насамперед, слугував головною інформаційною та мобілізаційною платформою для української аудиторії, у той час як другий – апелював саме до міжнародної спільноти та мобілізував її на свою підтримку [5].

З метою поширення правдивої інформації про Україну, а, відтак, і формування її образу, в соцмережах викладалися численні фото та відеоматеріали, звернення відомих людей України, трансляції з Майдану в режимі онлайн, додавались «пости» безпосередніх учасників подій, створювалися хронологічні фото- та відеопідбірки з коментарями (спогадами очевидців), що давало змогу краще пояснити ту чи ту подію світовій громадськості. Важливе значення мав і той факт, що інформація на сторінках зазначених соцмереж подавалася англійською, німецькою, французькою та іншими мовами. У такий спосіб громадськість України змогла звернутись за підтримкою до громадськості зарубіжних країн. Це, насамперед, дозволило сформулювати уявлення про українців як освічену і ту, що сповідує демократичні цінності націю, подруге, безперечно підтвердило євроінтеграційні настрої населення та його громадянську зрілість і, по-третє, дозволило згрупувати іноземну аудиторію з метою підтримки позиції українства та надання всебічної допомоги (матеріальної, технічної, інформаційної тощо) для позитивного розв'язання конфліктної ситуації.

Важливу роль у поширенні інформації відіграє і онлайн телебачення, створення котрого в Україні пов'язано з подіями на Євромайдані та бажанням зміцнити інформаційну безпеку України. Показовою тут є діяльність Espresso.TV, який транслює найактуальніші події, що відбуваються в Україні. Ефективність діяльності Espresso.TV підтверджується результатами дослідження Компанії Gemius, проведеного на початку 2014 р., згідно яких Еспресо.TV зайняв 3 місце серед

найпопулярніших сайтів телеканалів (745 тис. відвідувачів на місяць) [2].

Неабияким проривом у сфері інформаційної політики України став запуск першого англomовного телеканалу про Україну «Ukraine Today», що був створений з ціллю надавати інформацію про події, що відбуваються в Україні глядачам з усього світу. Не менш значущу роль в інформуванні світової спільноти про події в Україні, виклики та загрози національній безпеці тощо відіграє й Український кризовий медіа-центр, який поширює інформацію трьома мовами, а саме, англійською, німецькою та французькою. Відтак, центр, працюючи в цілодобовому режимі, надає оперативну інформацію про ситуацію в Україні у спосіб представлення фото, відео-та аудіоматеріалів, інфографіки, публікацій експертів, прес-релізів, оглядів як українських, так і зарубіжних ЗМІ тощо [6].

Та, разом з тим, українські реалії засвідчують непродуманість і безсистемність процесу формування позитивного міжнародного іміджу України. Сьогодні можна констатувати, що фактичний рівень популярності України на світовій арені, в цілому, залишається доволі низьким. Реалізація політики «м'якої сили» є неефективною без розвитку відповідної інформаційної системи, без наявності власних символів, роль яких у сучасному інформаційному суспільстві є пріоритетною. Загалом створення якісного інформаційного продукту, національного інформаційного потенціалу, конкурентоспроможній кіноіндустрії, супутникового інформаційного каналу – це ключові завдання нашої держави. Необхідною умовою успішної зовнішньої політики є інформування як урядів іноземних держав, так і пересічних мешканців про позитивні явища у розвитку українського суспільства, до прикладу, розбудову та зміцнення демократичних інститутів, захист прав людини, наявний науково-технічний, промисловий та туристичний потенціали, досягнення в галузі культури та спорту. Сьогодні важливим також

є завдання розвитку та використання новітніх інформаційно-комунікаційних технології для формування позитивного іміджу України.

Література:

1. Державна інформаційна політика: навч.-метод. посібник: / [уклад. В. Л. Савченко]; Донецька обласна державна адміністрація, Донецький обласний центр перепідготовки та підвищення кваліфікації працівників органів державної влади, органів місцевого самоврядування, державних підприємств, установ і організацій. – Донецьк : [Донецький обласний центр перепідготовки та підвищення кваліфікації працівників органів державної влади, органів місцевого самоврядування, державних підприємств, установ і організацій], 2009. – 27 с.
2. Еспресо.TV один з найпопулярніших сайтів телеканалів, – дослідження [Електронний ресурс]. – Режим доступу до джерела: http://espresso.tv/news/2014/04/16/espresotv_odyn_z_nauporulyarnishykh_saytiv_telekanaliv___doslidzhennya.
3. Литвиненко О. Інтеграція України у світовий інформаційний простір як невід’ємний чинник цивілізаційного розвитку України / О. Литвиненко // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка: Українознавство. – № 16. – 2012. – С. 66 – 68.
4. Нестеряк Ю. Державна інформаційна політика та управління національними інформаційними ресурсами України // Державне управління та місцеве самоврядування. – 2013. – Вип. 1(16). – С. 94-104.
5. Орлова Д. Євромайдан в Instagram – дослідження / Дарія Орлова [Електронний ресурс]. – Режим доступу до джерела: <http://ua.ejo-online.eu/1941/нові-медіа-та-веб-2-0/євромайдан-в-instagram-дослідження>.
6. Ukraine Crisis Media Center [Електронний ресурс]. – Режим доступу до джерела: <http://uacrisis.org/ru/>.