

Гурковський В.І.,
доктор наук з державного управління,
професор кафедри інформаційної політики
та технологій НАДУ

Захист іміджу Української держави в умовах інформаційної глобалізації

У статті обґрунтовано формування іміджу Української держави в умовах інформаційного протиборства держав, які прагнуть гегемонії у встановленні світового порядку. Розкрито сутність, структуру іміджу держави та визначено важливі проблеми, які сьогодні існують у сфері протидії інформаційним загрозам.

Ключові слова: імідж держави, інформаційне протиборство, інформаційна безпека, інформаційне суспільство, інформаційна глобалізація.

Гурковский В.И. Защита имиджа Украинского государства в условиях информационной глобализации

В статье теоретически обосновано формирование имиджа Украинского государства в условиях информационного противостояния государств, стремящихся к гегемонии. Раскрыто сущность, структуру имиджа государства, а также определены пути решения проблем в сфере противодействия информационным угрозам.

Ключевые слова: имидж государства, информационное противостояние, информационная безопасность, информационное общество, информационная глобализация.

Gurkovskiy V.I. Country image defense of the term of information globalization

The publication conducted theoretical understanding of image formation of the Ukrainian state in the information confrontation states seeking hegemony in the peace agenda in their understanding. The essence, structure image of the state and identified important issues that currently exist in the field of combating the dangers.

Key words: image of the state information confrontation, information security, information society, information globalization.

Постановка проблеми. Транскордонна інформатизація призвела до того, що інформаційно-комунікаційна інфраструктура країн стала засобом для впливу з боку світових геополітичних конкурентів. Інтернаціональний інформаційний простір, з одного боку, є однією з важливих традиційних сфер життєдіяльності спільнот, пошуку порозуміння між націями, етносами, народами, державами, з другого – засобом запеклої ідеологічної боротьби, інструментом впливу на світову громадську думку та маніпулювання нею.

На цьому глобальному соціальному тлі за кордоном дивляться на Україну переважно або кризь “московські окуляри” – тенденції русоцентризму [1, с. 27], або цікавляться нею передусім з погляду значення “української карти” в подальшому розвитку відносин Москви із західними столицями. На жаль, постійні поразки від зовнішніх інформаційних агресій, що мають наслідки нанесення шкоди позитивному образу нашої країни, стало в сучасних умовах реальністю, що екстраполюється на економічну площину суспільства.

У цих умовах дослідження питань, пов’язаних з безпекою інформаційного простору держави від негативних проявів, спрямованих на завдання шкоди національним інтересам в інформаційній сфері та наукове обґрунтування впровадження системної і збалансованої державної інформаційної політики, здатної забезпечити захист суспільства, держави і громадян від інформаційної та інформаційно-психологічної експансії суб’єктів геополітичної конкуренції та інших загроз, набуває особливої важливості. У зв’язку з цим іміджевий поступ країни

потребує постійного підтримання зовнішньополітичними рішеннями та пошук відповідної нової парадигми державного управління інформаційною сферою суспільства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням політологічних аспектів регулювання суспільних відносин в інформаційно-комунікативній сфері займалися російські вчені Д.Фролов [2], С.Кара-Мурза [3], О.Панарін [4] та інші. З огляду на тенденції суспільних інформаційних впливів на сучасний розвиток України окремі питання державної інформаційної політики і технологій, зокрема маніпулятивних, розглядали у своїх працях І.Арістова [5], Г.Почепцов [6], В.Цимбалюк [7] та інші науковці. Дослідженням окремих аспектів проблематики в аспекті інформаційної безпеки присвячені роботи В.Ліпкана [8], О.Литвиненка [9], А.Марущака [10] та ін. У контексті сучасних досліджень інформаційних впливів на різних суб'єктів суспільних відносин опубліковано багато праць, але в більшості з них під інформаційними впливами розуміються складові різних проявів психологічного змісту. Наприклад, К.Михайлова [11] акцентує увагу на соціально-технологічних аспектах: інформатизації, комп'ютеризації як чинників глобалізації. О.Манойло [12], І.Панарін [4] звертають увагу на домінування політичних проявів – інформаційно-політичні війни тощо. В.Цимбалюк [7] досліджує зв'язок суспільної моралі з інформаційною безпекою та різноманітними мас-медіа в епоху формування глобального інформаційного суспільства.

На теоретичному рівні засоби інформаційного впливу безпосередньо на людину, соціальні групи та соціум розробляються переважно в межах концепції “психологічних війн”. (Окремі дослідники вважають, що цей термін уперше ввів до наукового тезауруса у 1920 р. британський історик Дж.Фуллер, який аналізував події Першої світової війни) [13, с. 137–186]. У ракурсі зазначеної концепції інформаційно-психологічна війна, на думку О.Манойла, є чинником, що може помітно змінити спрямованість геополітичних процесів і відносин в інформаційному суспільстві – призвести до зсуву геополітичних центрів тяжіння національних інтересів суб'єктів геополітичної конкуренції в інформаційній сфері. У цьому сенсі визначається, що країни, які є лідерами в розробленні інформаційних і телекомунікаційних технологій, є країнами, які контролюють стратегічно важливі (транспортні) магістралі передачі інформації. Вони контролюють і використовують у власних інтересах основні потоки глобально поширеної інформації. З точки зору окремих науковців наслідки акцій інформаційно-психологічної війни (зокрема при завданні збитку) здатні змінити саму структуру інформаційного простору. Це знаходить прояв: у визначенні маршрутів проходження потоків інформації; якості вузлів тяжіння інформаційних потоків; пріоритетах і монополії в розробці й впровадженні передових інформаційних і телекомунікаційних технологій одних суб'єктів геополітичної конкуренції стосовно інших. Суттєвим чинником при цьому є здатність суб'єкта політики спричинити відчуження (економічне, культурне, юридичне) частини території держави і перерозподілу інших видів стратегічно важливих природних і людських ресурсів. Такі зміни неминуче призводять до зміни загальної мапи геополітичних відносин між суб'єктами конкуренції, порушення балансу державних (національних) інтересів, що обов'язково позначиться на безпеці держав.

Невирішені раніше частини загальної проблеми. Аналіз наукових джерел дає змогу визначити, що проблема забезпечення позитивного сприйняття України у світі вже усвідомлена як аспект у зовнішньополітичній діяльності її держави, однак ще недостатньо обґрунтовано розуміння її як комплексної мети у дереві цілей державної

інформаційної політики. При цьому недоліки проявляються в частині напрацювання методів адекватної ефективної протидії ризикам нанесення шкоди іміджу держави, нейтралізації, так званої “медійної іміджотворчості”. Ще одним суттєвим недоліком є відсутність в систематизованому вигляді теоретичних засад щодо впровадження комплексу ситуативно спрямованих практичних заходів держави щодо контролю, регулювання потоків інформації з-поза меж держави та реагування на негативні прояви у них.

Мета і завдання статті. Мета цієї публікації полягає в обґрунтуванні того, що формування та просування позитивного іміджу держави на міжнародній арені є необхідною умовою досягнення цілей, відповідних національним інтересам.

Виходячи з поставленої мети визначені такі завдання: у контексті сучасних дослідницьких підходів розкрити сутність категорії “імідж держави”; визначити структуру іміджу держави; розкрити сучасні інформаційні процеси в геополітичній сфері, при цьому окреслити в них роль Інтернету; проаналізувати заходи, що вживаються державними органами в напрямі покращення іміджу України на міжнародній арені; виявити проблеми формування позитивного іміджу нашої держави та сформулювати рекомендації щодо шляхів розв’язання цих проблем.

Виклад основного матеріалу. Протягом всього існування людського суспільства фактор іміджу справляв значний вплив на перебіг політичних процесів у державі та у відносинах її з іншими державами. Так, до проблеми образу ідеальної держави так чи інакше зверталися багато мислителів античності, середньовіччя і нового часу (Плутарх, Конфуцій, Лао-Цзи, Макіавеллі, Ф.Ніцше та ін.). За сутністю напрацювання критеріїв ідеальної держави можна розглядати як чинники того, що нині трансформується у змісті такої категорії, як “імідж держави”.

У гносеологічному змісті слово “імідж” походить з англійської суспільної культури від латинського “*imago*”. Воно є однокорінним і щодо латинської – “*imitare*”, що значить у багатьох мовах – імітувати. В американських виданнях тлумачних словників термін “*imago*” переважно визначається у змісті штучної імітації зовнішньої форми якого-небудь об’єкта. З цього логічно можна зробити припущення, що призначення іміджу як інструменту управління соціальними системами полягає в налагодженні інтеракцій між суб’єктами щодо об’єкта (чи об’єктів). Отже, імідж держави можна розглядати і як інструмент для досягнення конкретної її політичної мети, і як концептуальний продукт (бренд), змодельований через маркетингові комунікації з урахуванням соціально-політичних, національних, культурних особливостей нації, етносів, інших соціальних утворень, об’єднаних в одній країні. Для прикладу, як свідчать дослідження, у США обсяг сукупних витрат на маркетингові комунікації, що створюють позитивний імідж країни та її державних інститутів, національних корпорацій, їх товарів і послуг, перевищує в півтора раза витрати на військову оборону.

Серед широкого загалу суспільства вважається, якщо імідж країни або його лідерів як “носіїв іміджу” не виконує прагматичних завдань, то слід змінити не тільки систему конструювання і трансляції, а й змістові складові іміджу. У цьому сенсі ми поділяємо думку тих дослідників, які вважають, що в такому розумінні можна розглядати імідж як набір певних якостей, що асоціюють з певними суб’єктами чи об’єктами. В іншому розумінні імідж можна розглядати в аспекті образу, що здатний надавати явищу не властиві йому ознаки, а для суб’єкта – характеристики. При цьому ці властивості перетворюються і подаються як головні, що радикально змінюють уявлення про явище [4, с. 69]. У такому аспекті імідж держави – це не просто

соціально-психічний (когнітивний) образ суспільної свідомості як відображення дійсності, а спеціально модельоване відображення на основі якої-небудь реальності. У зв'язку з цим пропонується виділити деякі критерії, що визначають політичний імідж держави: історичне минуле державотворення соціуму (переважно у статусі нації); політичні баланси, що визнаються складовими його у ретроспективі культури державного життя в цілому; здатність соціуму здійснювати дієвий захист приватної власності; наявність правопорядку як принципу організації суспільства; рівень добробуту (баланс співвідношення кількості заможних і незаможних); військова міць (не за кількісними, а за якісними показниками); дотримання законодавства у державі щодо прав і свобод усіх громадян. Систему іміджу держави складають також з іміджу її глави (правителя: монарха, президента, прем'єр-міністра); керівників інших органів державної влади, особливо силових структур; системи функціонування державного апарату; політичної еліти.

У зв'язку з тим, що образ (бренд) держави у суспільних відносинах розглядається як засіб, інструмент управління суспільними справами, його визначають і як об'єкт цілеспрямованих інформаційно-психологічних атак для певної мети: підриву чи покращення через конструктивну критику. Як свідчать дослідження практики, позитивний імідж держави створюється довго, шляхом тривалих комплексних багатокомпонентних зусиль багатьох, але руйнується легко, можливо лише через один компонент. В умовах зростаючого впливу глобалізаційних процесів на життя національних держав негативний їх закордонний імідж спрямовується нерідко на дезінтеграцію суспільства країни. Проте позитивний імідж держави в очах її громадян здатний консолідувати державоутворюючу націю до протистояння зовнішніх впливів, об'єднати їх для забезпечення постійного цілеспрямованого суспільного розвитку у єдності та підсилити самоідентифікацію населення як єдиного народу, громади незалежно від етнічного походження та майнового стану його складових суб'єктів. При цьому технології руйнування іміджу держави з боку супротивників її успішно або нейтралізуються, або зустрічають адекватну протидію народу, ведуть до його згуртування.

З початку становлення незалежної України її міжнародний імідж базувався на образі частини колишнього СРСР, де було сконцентровано великий індустріальний, військовий та значною мірою інтелектуальний ресурс. Це сприяло просуванню нагальних зовнішньополітичних завдань Української держави: визнання її міжнародного суверенітету, закріплення її нового статусу в міжнародних організаціях та режимах забезпечення міжнародної підтримки проведенню певних реформ влади. Проте українською елітою того часу це як бренд не підтримувалося, інформаційна сфера була кинута на самоплив, або згадувалася за одноразовими, недостатньо продуманими акціями, не системно. У результаті було сформовано образ України як непередбачуваної, кримінальної, автократичної, олігархічної, з низьким рівнем суспільної культури державотворення та високим рівнем корупції буферної між ЄС і ЄАС держави. Стосовно населення – образ його набув таких ознак, а саме як: 1) неспроможного висунути харизматичного лідера нації, здатного повести за собою більшість громадян; 2) політично пасивного, зневіреного у владі. Крім того, продукувалася інформаційна установка анархізму: де два українці, то там три гетьмани, при цьому третього вони ждуть із-за кордону.

Розглядаючи сучасний період формування іміджу Української держави, то до його ознак відносять такі чинники: домінування в органах державної влади олігархату, сформованого на розподілі державної власності індустріальної пори,

переважно сировинної економіки (видобувної, металургії); рейдерство; корупція; нехтування конституційними принципами поділу влади; нехтування правами громадян; невиконання органами влади законодавства щодо соціального захисту населення, згорання конституційних прав найманих працівників роботодавцями; значне збільшення економічного розриву між багатими і бідними тощо. При цьому в інформаційній сфері спостерігається використання досягнень інформаційних технологій для впливу на свідомість, волю та почуття людей у вигляді історичних, етнокультурних та політичних міфів, які мають маніпулятивний зміст щодо розпалення ворожнечі між різними етнічними складовими суспільства на мовній та регіональній основі, приниження значення мови державоутворюючої нації у свідомості населення.

Слід відзначити, що нині у світі формування іміджу країни, влади, держави здійснюється під постійним зростанням можливостей Інтернету як ЗМІ у формі соціальних мереж, масових електронних телекомунікацій, що вже стало тенденцією. Не минула ця тенденція й Україну. Кількість доменів українського сегмента в Інтернеті та кількість користувачів мають виразні тенденції до зростання. Вплив веб-ресурсів на формування суспільних настроїв у країні посилюється. При цьому стає очевидною дегуманізація вітчизняного мас-медійного простору, що виявляється в засиллі повідомлень, спрямованих на зростання агресії населення [14]. Такий стан вітчизняного мас-медійного простору створює сприятливі умови і для здійснення проти громадян і держави зовнішніх інформаційних впливів, що мають на меті деконсолідувати суспільство, знизити рівень довіри між громадянами і владою, створення джерел подальшої напруженості відносин між ними. Крім того, спостерігається небезпечна тенденція поширення брехливих, наклепницьких, недостовірних, викривлених, відверто провокаційних повідомлень, спрямованих на дискредитацію окремих громадян, політичних партій, державних діячів, представників ділових кіл, на деморалізацію в органах виконавчої влади. На окремих форумах українського сегмента соціальних мереж в Інтернеті зросла активність великої кількості однотипних користувачів-коментаторів, що утворюють умовні “групи за інтересами”. Позиція таких “коментаторів” має або прихований контент, або відкрито екстремістсько-тоталітарне забарвлення. Не виключається, що такими справами займаються і спецслужби іноземних держав. Ця тема, зокрема, була визначена у публікації “Команда ‘Г’” (як “вирахувати” агентів впливу силовиків на популярних форумах в Інтернеті) (<http://www.expertiza.ru/expertiza.phtml?id=671>).

Зазначене як проблемна ситуація загрозлива у комплексі. Вона небезпечна не лише тим, що завдає громадянам України моральної шкоди, а, головною мірою, тим, що створене на форумах агресивне середовище відбиває у більшості відвідувачів бажання обговорювати соціально гострі проблеми, чим нівелюється перевага Інтернету для відкритого громадського обговорення суспільно важливих питань. При цьому формується соціальна апатія до державної політики. За таких умов загрозливе суспільне мовчання населення може розглядатися як сигнал до формування соціального вибуху.

Висновки

1. Образ країни в усі часи завжди був, є і буде інформаційним ресурсом, що визначають її політико-економічну перспективу та важливість як чинника безпеки національних інтересів у геополітичному протистоянні держав. Імідж держави завжди буде мішенню в геополітичних стратегіях за домінування у міжнародних відносинах і розподілі секторів міжнародної економіки промисловості. У процесі інформаційного

протиборства держав здійснюється процес руйнування державного іміджу (або процес створення антиіміджу держави). Після падіння рівня іміджу держави слідує падіння її економічного та політичного суверенітету.

2. Якщо в інформаційному просторі країни і за її межами щодо неї переважають повідомлення про події негативного забарвлення, то вони обов'язково позначаються на загальному іміджі, а отже, і на інвестиційному потенціалі країни. Це має бути об'єктом постійної уваги всіх державних органів влади, його постійного моніторингу, аналізу та напрацювання заходів відповідного реагування.

3. Покращувати імідж держави у світі потрібно насамперед через покращення іміджу органів влади всередині країни. Він формується через розвиток рівних для всіх за можливостями, незалежно від політичних поглядів, ринкових відносин цивілізованої конкуренції, але з пріоритетом для вітчизняних суб'єктів підприємства через економічні механізми державного управління, наприклад створюючи сприятливі умови для зниження рівня корупції, зняття адміністративних бар'єрів, підвищення рівня правової та інформаційної культури державних чиновників, передусім перших керівників усіх гілок влади.

4. Для позитивного сприйняття у світі України відповідним компетентним органам держави необхідно опрацьовувати та впроваджувати власні ефективні засоби вияву намірів негативного інформаційного впливу на суспільну думку за кордоном. Для цього необхідне розширення української культурної присутності за межами держави, просування українських освітніх послуг, залучення до співпраці зарубіжних ділових та наукових кіл, ЗМІ, розвивати центри української культури за кордоном, забезпечувати посилення позицій українських ЗМІ у світовому інформаційному просторі для формування об'єктивного сприйняття України у світі, для вжиття більш дієвих заходів щодо відбиття інформаційних загроз її суверенітету, як прояву національної безпеки. Складовою формування міжнародного іміджу України має бути також активне просування до світового простору інформації про: ресурсні економічні потужності держави, насамперед виробничі, науково-дослідні та науково-технологічні; освітні можливості, рівень кваліфікації робочої сили; туристичний потенціал; спортивні досягнення; географічне розташування та транзитний потенціал тощо. Для цього можливо розглянути питання щодо створення громадського веб-порталу.

Для фінансування заходів, спрямованих на покращення іміджу держави, цілком слушною є пропозиція щодо створення "Фонду формування іміджу України", який функціонуватиме на засадах приватно-державного партнерства.

Запропоновані та інші заходи мають бути закріплені законодавчо та реалізовуватися в національній стратегії формування позитивного іміджу України на урядовому рівні.

Перспективи подальших досліджень. Науковцям пропонується зосередити увагу на вивченні досвіду окремих країн, які досягли успіху у формуванні позитивного іміджу держави на міжнародній арені. Настав час на подальших етапах розвитку різних галузей гуманітарної української науки для формування комплексної наукової дисципліни – іміджологія держави. Основною метою цієї міжгалузевої комплексної дисципліни має стати формування системи знань щодо захисту національних інтересів держави в інформаційному просторі. Серед провідних завдань цієї наукової дисципліни можна визначити такі: напрацювання методології, методик, методів протидії штучної інформаційної ізоляції країни; донесення до світу позитивних інформаційних потоків з України; забезпечення політичних, договірно-правових та організаційно-технічних можливостей введення вітчизняних інфор-

маційних служб у міжнародну систему обміну інформацією; розроблення та реалізація дієвих заходів запобігання, упередження, реагування та мінімізації впливу негативних проявів у глобальному інформаційному просторі щодо держави з метою посилення національної інформаційної безпеки.

Список використаних джерел

1. Інформаційна політика України: європейський контекст : монографія / Л. В. Губерський, Є. А. Макаренко, Є. Є. Камінський та ін. – К. : Либідь, 2007. – 358 с.
2. Фролов Д. Б. Информационное противоборство в сфере геополитических отношений : дис. ... д-ра полит. наук : 10.01.10 / Фролов Д. Б. – М., 2007. – Режим доступа: <http://www.dslib.net>.
3. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием / С. Г. Кара-Мурза. – М. : ЭКСМО-Пресс, 2002. – 832 с.
4. Панарин И. Н. Проблемы обеспечения информационной безопасности в современных условиях / И. Н. Панарин. – Режим доступа: <http://kiev-security.org.ua>.
5. Арістова І. В. Державна інформаційна політика: організаційно-правові аспекти : монографія / І. В. Арістова ; за заг. ред. д-ра юрид. наук, проф. О. М. Бандурки. – Х. : Вид-во Ун-ту внутр. справ, 2000. – 368 с.
6. Почепцов Г. Г. Информационные войны / Г. Г. Почепцов. – К. : Валкер, 2000. – 352 с.
7. Цимбалюк В. С. Інформаційне право: концептуальні положення до кодифікації інформаційного законодавства : монографія / В. С. Цимбалюк. – К. : Освіта України, 2011. – 426 с.
8. Ліпкан В. А. Теоретичні основи та елементи національної безпеки України : монографія / В. А. Ліпкан. – К. : Текст, 2003. – 600 с.
9. Литвиненко О. В. Спеціальні інформаційні операції та пропагандистські кампанії : монографія / О. В. Литвиненко. – К. : Сатсанга, 2000. – 222 с.
10. Марущак А. Інформаційні ресурси держави: зміст та проблема захисту / А. Марущак // Юрид. радник. – 2009. – № 1 (27). – Режим доступу: <http://www.yurradnik.com.ua/stride/ur/index.php?m=authors&aut=453&art=700>.
11. Михайльова К. Г. Глобалізаційні зміни у сучасному суспільстві: вигоди і ризики для вітчизняної освіти / К. Г. Михайльова. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/VMSU/200801/08mkgiii.-htm.
12. Манойло А. В. Информационно-психологическая война как способ осуществления политических целей / А. В. Манойло, А. И. Петренко, Д. Б. Фролов // Государственная информационная политика в условиях информационно-психологической войны : монография. – М. : Горячая линия – Телеком, 2003. – 541 с.
13. Maddi S. The search for meaning / S. Maddi ; Eds. W. J. Arnold, M. M. Page. – Lincoln : University of Nebraska Press, 2009. – P. 137–186.
14. Офіційний веб-сайт Державного комітету телебачення та радіомовлення України. – Режим доступу: <http://comin.kmu.gov.ua>.