МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ

ІМІДЖ І РЕПУТАЦІЯ. РЕПУТАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ: ІСТОРІЯ, СУЧАСНІСТЬ, ТРЕНДИ МАЙБУТНЬОГО

МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

15–16 листопада 2017 року

КИЇВ 2017

ЗМІСТ

Поплавський Михайло	Репутація та імідж вишу як умова якості освіти	**6**
Pavol Dancák	Personalistický kontext sociálnej náuky Cirkvi v sociálnej práci a v ekonómii	**19**
David E. Kalisz	The Power of Employer Branding	**34**
Jiří Koleňák	Brand Building – A Modern SCHOOL'S Necessity	**45**
Бикова Ольга	Маніпулятивний аспект репортажу на політичну тематику в сучасних періодичних виданнях	**58**
Важна Катерина	Вплив діяльності міжнародних судів на формування іміджу та репутації держави як фактор попередження міжнародних злочинів	**65**
Варцаба Надія	PR-стратегії в побудові іміджу центрів зарубіжних культур в Україні	**74**
Васьків Микола	Промоційне творення письменницького «бренду» і його твору (на прикладі постаті Валер'яна Поліщука і його «Рейду у Скандінавію»)	**85**
Вільчинська Ірина	Військово-патріотична тематика як іміджева риса політичного дискурсу в сучасній Україні	**95**
Гаврилюк Каріна Кочубей Лариса	Створення позитивної репутації держави як шлях виходу з політичної кризи в сучасній Україні	**104**
Гарачковська Оксана	Заголовок як структурний складник піару та самопіару в засобах масової інформації	**113**

УДК 321.01:17.0222.1:316.77 (477)

Зикун Наталія Іванівна,
доктор наук із соціальних комунікацій, професор,
Університет ДФС України,
м. Ірпінь, Україна

УКРАЇНСЬКИЙ ФОРМАТ СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ ТА ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ДЕРЖАВИ

Узагальнюються наукові підходи до дефінювання поняття стратегічних комунікацій. Аналізуються ключові проблеми формування системи стратегічних комунікацій в Україні. Визначаються завдання розвитку окремих її елементів (відповідно до стандартів НАТО), зокрема, зв'язків зі ЗМІ, залучення лідерів думок тощо, що сприятиме укріпленню позитивного іміджу держави на міжнародному рівні. Обґрунтовується доцільність активізації різних рівнів системи стратегічних комунікацій (національних, регіональних, міжнародних) суб'єктами реалізації Доктрини інформаційної безпеки України, важлива роль ЗМК у досягненні загальних цілей легітимізації Української держави.

Ключові слова: *стратегічні комунікації; система стратегічних комунікацій, зв'язки зі ЗМІ, залучення лідерів думок, імідж держави, ЗМК.*

Zikun Natalia,
Doctor of Science in Social Communications, Professor,
University of State Fiscal Service of Ukraine

UKRAINIAN FORMAT OF STRATEGIC COMMUNICATIONS AND FORMATION OF THE STATE IMAGE

Abstract.*The article generalizes scientific approaches to the perception of the notion of strategic communications. The key problems of formation the system of strategic communications in Ukraine are analyzed. The author defines the tasks for*

the development of its separate elements (according to the NATO standards), in particular, liaison with mass media, the involvement of the leaders of the thought etc., that will promote the positive image of the state at the international level. The article justifies the feasibility of intensification of the different levels of the system of strategic communications (national, regional, international) by the subjects of realization of the Informational Security Doctrine of Ukraine, as well as the importance of the means of mass communication in attainment the common aims of legitimization of Ukrainian state.

Key words: *strategic communications, the system of strategic communications, liaison with massmedia, involvement of the leaders of thought, the state image, the means of mass communication.*

Зміна інформаційно-комунікаційного ландшафту сучасного світу в умовах посилення глокалізаційних впливів, інформатизації усіх сфер життєдіяльності людини й загострення протистояння через небажання окремих учасників міждержавної взаємодії дотримуватися демократичних принципів і стандартів неминуче тягне за собою пошук нового ефективного інструментарію прийняття рішень на міжнародному рівні, у міждержавному спілкуванні. Нині важливим сегментом внутрішньо- і міждержавних інформаційних обмінів стають стратегічні комунікації. Актуалізаторами стратегічних комунікацій та каталізаторами системного їх розвитку на українських теренах став, зокрема, перехід низки інформаційних війн РФ проти України у затяжну гібридну війну, важливою зброєю масового ураження якої є інформація, маніпулювання нею. Варто визнати, що в Україні із розвитком цього напряму вже певною мірою запізнилися, однак затягування із формуванням його на системному рівні може коштувати надто дорого.

Семантичне наповнення терміна «стратегічні комунікації» після першого згадування у 1966 р. у контексті діяльності американського військового відомства дещо змінюється. Варто підкреслити, що,незважаючи на повсюдне активне використання терміна від початку XXI ст., з огляду на низку чинників

[8, с. 10–11; 5], поки що не вироблене уніфіковане його визначення. Простежуються певні локальні його змістові акценти: в американському дискурсі воно чітко корелюється із діяльністю військового відомства; уєвропейських дослідженнях терміном подеколи позначаються будь-які комунікативні дії [8, с. 17]; розмитими є дефініції в російській науці – із розумінням стратегічних комунікацій як максимально широкого охоплення діяльності, спрямованої на досягнення стратегічних цілей, необхідності синхронізації дій організації для вирішення поставлених завдань, просуванням чи зміною культурних (ідеологічних) цінностей у свідомості цільових аудиторій, покращення іміджу держави [3, с. 137], із визнанням можливості широкого застосування «універсальних» принципів і підходів стратегічних комунікацій в економічній сфері [4, с. 7–8]. Не позбавлені суперечності й позиції окремих українськихавторів [16].

Різні підходи до розуміння змістового наповнення номінації зумовили й різні граматичні її варіанти: у російському дискурсі термін переважно використовується у формі однини – «стратегічна комунікація», що автоматично перетворює стратегічні комунікації на складову комунікації загалом. Натомість американські автори (Р. Брукс) визнають, що термін більшою мірою відноситься до «стратегії», аніж до «комунікацій» [3, с. 137], українська дослідниця Л. Пелепейченкопідкреслює, що термін «стратегічні комунікації» не ідентичний термінам «суспільні комунікації», «соціальні комунікації» чи іншим, у яких ключовим є комунікативний аспект взаємодії [12, с. 36].

Стратегічні комунікації, як «координовані дії, меседжі, зображення та інші форми сигналів або участі, що призначені інформувати, впливати чи переконувати цільові аудиторії у підтримці національних цілей» [8], відповідно до підходів НАТО, об'єднують майже два десятки складових, згрупованих вітчизняними дослідниками у такі блоки, як: інтеракціоністський (публічна дипломатія; залучення ключових лідерів до проведення інформаційних заходів; зв'язки зі ЗМІ, з органами державної влади, з громадськістю; внутрішня комунікація); інформаційно-психологічний

(інформаційні, психологічні, спеціальні операції); технічний (кібернетична безпека, протиборство в електромагнітному просторі); військовий блок (блок військового та цивільно-військового співробітництва, документування подій, безпека операцій, заходи активного впливу) [9].

В українській практиці стратегічні комунікації розглядаються у декількох аспектах: як напрям державної політики; як експертно-аналітична діяльність; як відповідний напрям підготовки фахівців [15, с. 37]. Явище є активно досліджуваним в українському науковому дискурсі і має солідну бібліографію: А. Баровська (досвід НАТО у просуванні стратегічних комунікацій); Д. Дубов (аналіз поняття на концептуальному рівні, встановлення відмінностей між стратегічними комунікаціями і пропагандою; кіберпростір та національні інтереси України); В. Ліпкан (поняття та структура стратегічних комунікацій); Г. Почепцов (визначення ключових характеристик стратегічних комунікацій); Є. Тихомирова (інституціональний вимір стратегічних комунікацій Європейського Союзу); Т. Сівак (передумови становлення системи стратегічних комунікацій у державному управлінні). Предметом наукової уваги ставали й окремі складові стратегічних комунікацій: публічна дипломатія (С. Гуцал); інформаційні операції (О. Литвиненко, В. Панченко); війна стратегічних наративів (М. Ожеван) та ін.

Результатом достатньо повної вивченості поняття на науково-теоретичному рівні стало видання в Україні 2016 року лексикографічної праці, в якій акумулюються основні поняття й терміни сфери стратегічних комунікацій – як апробовані у процесі реалізації інформаційної політики, так і авторські неологізми [16].

Нині стратегічні комунікації, що кваліфікуються як «протидія пропаганді» [17], а в деяких державах (зокрема, Китай) як її більш ефективний замінник [4, с. 12], активно переходять із теоретичної площини у практичну, стаючи ефективним механізмом підтримки дипломатичних зусиль держави, формування позитивного її іміджу. Однак, досі недостатньо дослідженим залишається роль ЗМК у реалізації завдань стратегічних комунікацій, зокрема

формування позитивного іміджу Української держави, і необхідність модернізації сфери, що й стало *метою* статті.

Закономірно, що в умовах мілітаризації прикордонних з Україною регіонів, нарощування обертів гібридної війни на території України, термін отримав офіційне закріплення саме в документах українського військового відомства: у «Воєнній доктрині», затвердженій Указом Президента України від 24 вересня 2015 року № 555/2015, стратегічні комунікації визначаються як «скоординоване і належне використання комунікативних можливостей держави – публічної дипломатії, зв'язків із громадськістю, військових зв'язків, інформаційних та психологічних операцій, заходів, спрямованих на просування цілей держави» [6]. Маємо визнати таку дефініцію надто загальною, рамковою, або концептуальною, що випливає із потреб і завдань військового відомства. Однак уже сама її поява говорить про визначення інструментальних пріоритетів в досягненні цілей держави. Документом серед основних завдань воєнної політики України називаються: удосконалення державної інформаційної політики у воєнній сфері; попередження та ефективна протидія інформаційно-психологічним впливам іноземних держав, спрямованим на підрив обороноздатності й загрозу іншим важливим державним інтересам. Йдеться і про необхідність досягнення більшої ефективності спеціальних інформаційних заходів впливу та протистояння таким інформаційно-психологічним операціям з боку ворога у районі проведення АТО та на тимчасово окупованих територіях. Автори Доктрини визнають за необхідне створення «єдиного органу для координації та контролю реалізації» стратегії комунікацій суб'єктів сектору безпеки та оборони, яку ще також належить створити.

Визначення стратегічних комунікацій, запропоноване В. Ліпканом з урахуванням завдань державного управління, дає уявлення не лише про їхні цілі, а й про суб'єктів та інструменти: «узгоджені та скоординовані урядом держави можливості інституціональної структури та інститутів громадянського суспільства, спрямовані на розуміння цільової аудиторії з метою створення, зміцнення, збереження та розвитку сприятливих умов для просування

з урахуванням національних цінностей легітимованих національних інтересів, політики та цілей держави через використання узгоджених концепцій, стратегій, доктрин і програм, планів, тем, меседжів, смислів, наративів і продуктів, поєднані та синхронізовані з діями, можливостями, спроможностями та потенціалом усіх елементів системи державного управління [9].

В Аналітичній доповіді до Щорічного послання Президента України до Верховної Ради України «Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2016 році», підготовленій Національним інститутом стратегічних досліджень, стратегічним комунікаціям було виділено цілий підрозділ у розділі «Пріоритети суспільного розвитку», серед яких було названо інформаційну політику як відповідь на виклики гібридної війни, визначено глобальні завдання [2], реалізація яких потребує часу й коштів, та, власне, перебудови всієї системи державних і міждержавних комунікацій в певній системі координат. В аналогічному документі 2017 року курс на досягнення взятих цілей продовжується через декларування першочерговості завдання зміцнення національної ідентичності (через розвиток державної мови, зміцнення національної пам'яті, інтенсифікацію міжрегіональних гуманітарних зв'язків, етнополітичний вимір демократичної консолідації тощо) [1].

У сучасному світі війні за території передує боротьба за свідомість і прихильність громадян країн, інколи цією війною усе може й закінчуватися. На такі інформаційні війни, війни знань витрачається не менше фінансових і людських ресурсів, набагато більше часу, однак вони є менш вразливими в оцінках громадськості.Умовою успішності стратегічних комунікацій стає чітке розуміння суб'єктів, формулювання ефективних меседжів (гранд-наративів), каналів, аудиторій, специфіки сприйняття меседжів різними аудиторіями. Інструментарій стратегічних комунікацій виробляється з урахуванням характеристик та очікувань аудиторії – адресата інформаційних потоків, стратегічних меседжів. Повідомлення, які не враховують процесу реагування аудиторії на інформаційні повідомлення, уже не ефективні.

Стратегічні комунікації пронизують усі соціальні інститути, маючи процесуальний характер, потребують постійної діяльності із об'єднанням зусиль усіх гравців інформаційно-комунікаційного простору. Одним із суб'єктів, відповідальним за вироблення й реалізацію українського формату стратегічних комунікацій,Доктриною інформаційної безпеки України визначено Міністерство інформаційної політики [7]. У структурі Міністерства функціонує сектор стратегічних комунікацій із широким діапазоном завдань – від створення умов для впровадження елементів системи стратегічних комунікацій в органах державної влади України; розробки концептуальних документів щодо розвитку системи стратегічних комунікацій різного рівня (національних, регіональних, міжнародних); міжвідомчої координації діяльності у сфері стратегічних комунікацій до модернізації з урахуванням сучасних викликів системи професійної підготовки у сфері стратегічних комунікацій (одним із кроків на виконання останнього, очевидно, можна вважати доволі дискусійну пропозицію щодо запровадження галузі знань «Комунікативістика» замість «Журналістика та інформація» [11]); налагодження співпраці із зарубіжними експертами у галузі стратегічних комунікацій, узагальнення й використання відповідного досвіду держав-партнерів тощо.

На виконання цих завдань Мінінформполітики уже розроблено заходи й для популяризації України, просування її інтересів за кордоном. Нині, як ніколи, важливе утвердження іміджу України як надійного бізнес-партнера, держави, що має багату історію, розмаїту культуру, значний виробничий, експортний, туристичний та інвестиційний потенціал.Виходячи із цього, мають формулюватися стратегічні наративи як змістова основа системи стратегічних комунікацій. Однак маємо визнати, що розуміння поняття «стратегічний наратив» авторами Доктрини інформаційної безпеки України як «спеціально підготовленого тексту, призначеного для вербального викладення у процесі стратегічних комунікацій з метою інформаційного впливу на цільову аудиторію» є надто спрощеним і не зовсім коректним. Таке

поверхове тлумачення ключових понять може відобразитися як на організації транслювання ключових меседжів від імені держави, так і на масштабі й результативності відповідної діяльності.

Нині актуальним залишається напрацювання системних і більш ефективних інструментів захисту українського інформаційного простору від пропагандистської аудіовізуальної та друкованої продукції Росії як держави-агресора; пошук ресурсів для розвитку українського кіно, телевізійного контенту, книгодрукування. Ці завдання Доктриною покладено наМіністерство культури України, Державне агентство України з питань кіно, Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення, Державний комітет телебачення і радіомовлення України.

Зазначене підтверджує зростання ролі і відповідальності ЗМК за ситуацію на інформаційних, і не тільки, фронтах. Саме ЗМК, які нині є всі підстави називати засобами масового впливу, відводиться значна роль у формуванні зовнішньої політики, іміджевої дипломатії та формування бажаної світової громадської думки. Проблемно-тематичне наповнення медіа має визначатися з урахуванням сучасних інформаційно-комунікаційних тенденцій та завдань стратегічних комунікацій, спрямованих на гарантування національної безпеки, консолідування громадянського суспільства, формування привабливого образу України в очах зарубіжних цільових аудиторій.

Сучасними авторами [13, с. 60] також визнається вплив на формування іміджу держави іміджевої, або «брендової»індоктринації, або впливу на масову свідомість, формування громадської думки еталонних стандартів, ключовими суб'єктами якої стають публічні люди: представники шоу-бізнесу, спортсмени, діячі мистецтва тощо. У системі стратегічних комунікацій найефективніше у цьому напрямі «працюють» такі елементи, як робота з лідерами думок (у тому числі світового рівня; представниками діаспори), іншими активними й мобільними аудиторіями; публічна дипломатія. Їхні резерви не повною мірою використовуються у вітчизняному форматі стратегічних комунікацій, які носять в Україні переважно реактивний характер.Проактивність має бути забезпечена

насамперед завдяки усвідомленню ЗМК завдання повного й системного інформування про реформи й зміни в України, спрямовані як на власну, так і на зарубіжну аудиторію. Як свідчить узагальнення вітчизняної практики, особливослабкою ланкою стратегічних комунікацій в Україні нині можна вважати саме спілкування із внутрішньою аудиторію. Оцінка результатів діяльності владних інституцій українськими громадянами кардинально відрізняється від оцінок євроекспертів. А це не сприяє підтримці внутрішньою аудиторією їхніх меседжів і дій.

Український формат системи стратегічних комунікацій є дещо скромнішим порівняно з європейським у плані розвитку окремих його складових. Крім добре виписаних на рівні доктрин і концепцій насамперед військового відомства складових (публічна дипломатія, зв'язки з громадськістю, військові зв'язків, інформаційні та психологічні операції, кібербезпека), потребують уваги й ті, що спрямовані на внутрішню аудиторію. Саме цей напрям стратегічних комунікацій вважаємо недостатньо відпрацьованим. Також потребують інтенсифікації компоненти, покликані забезпечити формування позитивного іміджу держави, що особливо актуально в умовах воєнного протистояння з Росією.

Список використаних джерел:

1. Аналітична доповідь до Щорічного Послання Президента України до Верховної Ради України «Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2017 році». – Київ : НІСД, 2017. – 928 с.

2. Аналітична доповідь до Щорічного Послання Президента України до Верховної Ради України «Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2016 році». – Київ : НІСД, 2016. – 688 с.

3. Богданов С. В. Стратегические коммуникации: концептуальные подходы и модели для государственного управления / С. В. Богданов // Государственное управление. – Вып. 61. – С. 132–152. – URL: https://elibrary.ru/elibrary_29304828.pdf (дата обращения: 07.11.2017).

4. Бурлаков В. А. Стратегическая коммуникация как метод современной геополитики / В. А. Ойкумена // Регионоведческие исследования. – №2(37). – 2016. – URL: https://ojkum.ru/images/articles/2016-2/_2016_2_0037-02.pdf (дата обращения: 02.11.2017).

5. Виноградова Е. Роль стратегической коммуникации в международных отношениях [Электронный ресурс] / Е. Виноградова. – Режим доступа : https://interaffairs.ru/jauthor/material/1085. – Загл. с экрана.

6. Воєнна доктрина України: затверджена Указом Президента Українивід 24 вересня 2015 року № 555/2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : zakon.rada.gov.ua/laws/show/555/2015. – Назва з екрана.

7. Доктрина інформаційної безпекиУкраїни: затверджена Указом Президента України від 25 лютого 2017 року№ 47/2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу:zakon.rada.gov.ua/laws/show/47/2017. – Назва з екрана.

8. Дубов Д. В. Стратегічні комунікації: проблеми концептуалізації та практичної реалізації / Д. В. Дубов // Стратегічні пріоритети. Серія. Політика. –2016. – № 4. – С. 9–23.

9. Ліпкан В. А. Поняття та структура стратегічних комунікацій на сучасному етапі державотворення [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://lipkan.com/ponyattya-tastruktura-strategichnih-komunikatsij-na-uchasnomu-etapi-derzhavotvorennya/. – Назва з екрану.

10. МІП представило звіт і перспективи розвитку інформаційної політики України 19.06.2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: mip.gov.ua/news/1848.html. – Назва з екрану.

11. МІП: Реформа урядових комунікацій передбачає запровадження галузі знань «комінікативістика» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id... – Назва з екрану.

12. Пелепейченко Л. М. Стратегічні комунікації силових структур України в сучасному соціальному контексті / Л. М. Пелепейченко // Інформаційна безпека людини, суспільства, держави. – 2017. – № 1(21). – С. 34–41.

13. Пода Т. А. Інформаційно-комунікаційні технології в контексті сучасних міжнародних відносин: соціально-філософський аналіз / Т. А. Пода // Вісн. нац. авіаційного ун-ту. Серія. Філософія. Культурологія. – 2013. – № 2. – С. 59–63.

14. Про затвердження плану заходів з реалізації Концепції популяризації України у світі та просування інтересів України у світовому інформаційному просторі: розпорядження Кабінету Міністрів України від 7 червня 2017 р. № 383-р [Електронний ресурс]. – Режим доступу : zakon.rada.gov.ua/laws/show/383-2017-р. – Назва з екрану.

15. Сівак Т. В. Аналіз передумов становлення системи стратегічних комунікацій в державному управлінні [Електронний ресурс] / Т. В. Сівак. – Режим доступу: stratcom.co.ua/analiz-peredumov-stanovlennya-sistemi-strate... . – Назва з екрану.

16. Стратегічні комунікації : словник / Т. В. Попова, В. А. Ліпкан / за заг. ред. В. А. Ліпкана. – Київ : ФОП О. С. Ліпкан, 2016. – 416 с.

17. On EU strategic communication to counteract propaganda against it by third parties : Draft Report (2016/2030(INI) [Electronic resource]. – Mode of access: http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=//ep//nonsgml+comparl+pe582.060+02+doc+pdf+v0//en. – Title from the screen.