

Ми навчимо вас жити у світі інформації

Вислів «Ми живемо у світі інформації» можна сприймати як абстрактно, маючи на увазі те, що нас оточують інформаційні потоки, породжувані численними засобами масової інформації та різноманітними комунікаційними пристроями, так і безпосередньо, згадуючи, що нас у буквальному сенсі пронизують хвилі теле та радіомовлення, мобільного та супутникового зв'язку, бездротового Інтернету. Ці інформаційні моря, ріки та струмочки формують наш світогляд, наше світосприйняття. Зрештою все, що ми знаємо про сучасний світ, стан міжнародних відносин, про перебіг тих чи інших подій будь-де, – це лише інформаційний образ цих подій, віртуальна реальність, яку можна (і потрібно) сприймати з певною мірою скептицизму. Адже всі інформаційні повідомлення походять з невеликої кількості джерел (інформаційних агенцій, засобів масової інформації), що мають конкретних власників, які й визначають їхню інформаційну політику – тобто, що та як говорити (показувати) національній та світовій громадськості.

У зв'язку з цим варто наголосити на цікавому феномені – з драматичним зростанням кількості джерел інформації (в першу чергу, завдяки Інтернету, а також дедалі більшій доступності різноманітних телекомунікаційних засобів) якість поінформованості не стала кращою, а навіть навпаки – погіршилася. Нині будь-яка діяльність здійснюється в умовах перевантаження інформаційними потоками, в яких значна кількість суперечливої, а то й відверто неправдивої, «перекрученої» інформації (що особливо яскраво видно на прикладі того ж Інтернету). Таким чином, проблема інформаційно-аналітичного забезпечення (особливо у міжнародній сфері) стає дедалі важливішою і нагальнішою. А це, серед іншого, означає, що роль фахівців, які вміють працювати з інформаційними масивами, аналізувати їх, робити на підставі аналізу прогнози та рекомендації для прийняття рішень, лише зростатиме.

Процеси розповсюдження новітніх інформаційних технологій та глобалізація комунікацій, розширення кола активних учасників міжнародних відносин теж впливають на методи і засоби взаємодії держави із зовнішнім світом. Виключної ваги набула проблема формування позитивного міжнародного іміджу (бренду) країни. Позитивний образ держави в масовій суспільній свідомості необхідний, насамперед, для успішного просування та реалізації національних інтересів. Для ефективного здійснення іміджевих зовнішньополітичних комунікацій є потреба комплексно застосовувати всі можливі канали, серед яких один із важливих – засоби масової комунікації. Власне, узагальнення проблем, що стосуються створення позитивного іміджу країни, обумовлене глобалізацією масових комунікацій, зміст яких великою мірою визначається як рівнем обізнаності світової громадськості про країну, так і ставленням міжнародної аудиторії до внутрішньої і зовнішньої політики держави.

У сучасному світі імідж держави є базовим елементом її стратегічного капіталу. Він впливає на всі сторони функціонування держави як суб'єкта міжнародних відносин, економічного гравця в системі глобальної конкуренції, політичного – на світовій

арені, як об'єкта для інвестицій та інше. У наш час провідні країни використовують технології національного брендингу для управління сприйняттям певної держави іншими країнами з метою просування різноманітних її інтересів на міжнародній арені. Поняття бренду та брендингу, які за своєю суттю є маркетинговими термінами, вже досить давно й успішно використовуються для позначення явищ та діяльності, пов'язаних не з товарами та/або послугами, а з населеними пунктами, регіонами і країнами.

На сьогодні арсенал комунікативних інструментів має чимало засобів інформування та впливу на міжнародну аудиторію. Це розмаїття обумовлене, з одного боку, розвитком ІКТ і глобалізацією комунікацій, з іншого – трансформацією концептуальних основ комунікативної діяльності держави в міжнародних відносинах. Щодо першої складової, то насамперед ідеться про розвиток транскордонних засобів масової комунікації (ЗМК) – телебачення й Інтернету.

Варто зауважити, що існування ЗМК в контексті забезпечення національних інтересів має розглядатись у двох площинах. Перша: держави одержали можливості транслювати світові вигідну для себе інформацію, не зважаючи на кордони, забезпечувати інформаційну присутність у глобальних інформаційних потоках, формувати світову громадську думку у вигідному для себе напрямі. Друга: аналогічні можливості одержали й інші держави. Тобто у випадку виникнення конфлікту національних інтересів ареною протистояння стає й інформаційний (медійний) простір, в якому можуть з'явитись невідконтрольні державі інформаційні потоки. Це викликало до життя принципово нове поняття — інформаційний суверенітет, а також актуалізувало роль технологій інформаційних війн у міжнародних відносинах.

Сутність трансформації концептуальних основ комунікативної діяльності держави в міжнародних відносинах найкраще проілюструвати в контексті понять «жорстка сила» та «м'яка сила», що активно використовуються в науковій літературі, аналітичних матеріалах, публіцистиці. Автором цих понять є американський учений Джозеф Най, який провів розрізнення між поведінковою силою (англ. behavioural power) – здатністю досягати потрібних результатів, та ресурсною силою (англ. resource power) – володінням ресурсами, які зазвичай асоціюються зі здатністю досягати потрібних результатів.

Поведінкова сила представлена автором як континуум, в якому знаходяться по різні сторони жорстка і м'яка сили, а між ними – чотири можливі форми впливу: примус, спонукання, встановлення порядку денного та приваблення. Типи ресурсної сили, потрібної для реалізації жорсткої та м'якої поведінкової сили, за Дж. Наєм, такі: матеріальна економіка та військова сила зв'язані з жорсткою силою, привабливість культури і майстерне використання інституцій та інформаційних технологій для поширення переконливої інформації зв'язані з м'якою силою. Поширюючи цю ідею на комунікативні технології, можна стверджувати, що вони також зазнали трансформації: від технологій пропаганди, яка являє собою нав'язування певних ідей, точок зору, поглядів, до маніпулятивних та PR технологій, орієнтованих на переконання, приваблення, заохочення.

Для України, в якій за роки незалежності мало уваги приділялось міжнародній інформаційній діяльності, проблема входження у світовий інформаційний простір та використання можливостей транскордонних ЗМК для формування необхідного образу залишається на часі. Відповідно, підготовка фахівців у сфері міжнародних комунікацій, які уміли б застосовувати сучасний інформаційно-комунікаційний інструментарій для просування національних інтересів України на міжнародній арені та забезпечення її належної інформаційної присутності у світовому медійному просторі видається як ніколи актуальною.

Для виконання цих задач студенти під час навчання в Університеті «КРОК» опановують фундаментальні основи, базові параметри сучасної системи міжнародних відносин, отримують сучасні знання щодо протидії загрозам суверенітету держави, навчаються їх використовувати. Майбутні фахівці з інформації та комунікацій також оволодівають сучасною методологією інформаційно-аналітичної діяльності та фундаментальними знаннями щодо принципів і методів здійснення інформаційно-аналітичної роботи. Вони набувають уміння застосовувати конкретні методики та методи обробки інформаційних потоків, підготовки аналітичних матеріалів, використовуючи при цьому різні технічні засоби.

Дипломовані спеціалісти розуміються на інформаційній парадигмі глобального розвитку, прикладних аспектах міжнародних інформаційних відносин; уміють з'ясовувати сутність міжнародних інформаційних відносин, застосовувати методи, методики та спеціальний інструментарій під час дослідження масово-комунікаційних явищ. Підготовлені на факультеті міжнародних відносин фахівці за спеціальністю «міжнародна інформація» набувають умінь здійснювати контент-аналіз засобів масової комунікації та оптимізувати ефективність їхнього впливу, розбираються в сутності, особливостях, методах формування бренду країни та аналізують рівень його розвитку тощо. Одним словом – є конкурентоздатними і такими, що завжди отримуватимуть високі професійні оцінки в обраній сфері діяльності.

.....

Терещук Віталій Іванович,
кандидат політичних наук, доцент,
заступник завідувача кафедри міжнародних відносин та суспільних комунікацій
Університету «КРОК»

Терещук Марина Ігорівна,
асистент кафедри міжнародних відносин та суспільних комунікацій
Університету «КРОК»