

<https://doi.org/10.31861/mediaforum.2023.12.205-214>

УДК: 327:314 (477)

© Валентина Ємець¹

© Андрій Мороз²

РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ФОРМУВАННІ ІМІДЖУ ДЕРЖАВИ В УМОВАХ ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ

Зовнішньополітична діяльність країни передбачає прийняття рішень, здійснення координації та комунікації з використанням інформаційно-комунікаційних технологій, у першу чергу, з метою впливу на формування зарубіжної громадської думки щодо створення позитивного іміджу держави на міжнародному рівні. Імідж держави виступає стратегічним ресурсом національних інтересів на геополітичній карті світу, презентує її географічні, економічні, історично-культурні особливості та зорієнтований на міжнародних акторів: держави, транснаціональні корпорації, міжнародні й регіональні організації та світову громадськість. Найпотужнішими інструментами формування іміджу держави є інформаційно-комунікаційні технології соціальних мереж, що характеризуються миттєвою передачею інформації від першоджерела до широкої аудиторії. Водночас світовий інформаційний простір почав активно використовуватися як поле ведення інформаційно-психологічних операцій та інформаційних війн з метою тиску на опонентів. А соціальні мережі перетворилися на інструмент творення як позитивного, так і негативного іміджу держави.

205

Ключові слова: міжнародний інформаційний простір, імідж держави, соціальні мережі, інформаційно-комунікаційні технології, інформаційні війни.

¹ Старший викладач кафедри міжнародних відносин, інформації та регіональних студій Національного авіаційного університету. E-mail: yemez@ukr.net; <https://orcid.org/0000-0002-6988-6909>

² Кандидат політичних наук, доцент кафедри міжнародних відносин, інформації та регіональних студій Національного авіаційного університету. E-mail: mas1@ukr.net; <https://orcid.org/0000-0002-2184-2616>

The Role of Social Networks in Shaping the Image of the State during a Full-Scale War

The country's foreign policy activity involves decision-making, building coordination and communication with using information and communication technologies, and in the first head with the aim to influence the formation of foreign public opinion regarding the creation of a positive image of the state at the international level. The image of the state acts as a strategic resource of national interests on the geopolitical map of the world, presents its geographical, economic, historical and cultural features and is oriented towards international actors: states, transnational corporations, international and regional organizations and the world public. The most powerful tools for forming the image of the state are the information and communication technologies of social networks, which are characterized by the instantaneous transmission of information from the original source to a wide audience. At the same time, the global information space began to be actively used as a field for conducting informational and psychological operations and information wars with the aim of pressure on opponents. And social networks have turned into a tool for creating both a positive and a negative image of the state.

206

—

Keywords: international information space, image of state, social networks, information and communication technologies, information wars.

Постановка проблеми. Будь-яка держава світу, що прагне бути конкурентноспроможною на міжнародній арені, усвідомлює необхідність впливу на світовий інформаційний простір з метою представлення власних національних інтересів. Цифровізація суспільства призвела до трансформації ролі інформаційних ресурсів, перетворивши їх на стратегічні засоби позиціонування держави в глобальному просторі, та змінила взаємовідносини між державами, акцентувавши увагу на якісному контенті щодо представлення її міжнародного іміджу.

Інформаційна політика держави передбачає зокрема формування та створення усталеного образу країни для ефективної міжнародної співпраці та сприяє внутрішній консолідації нації. Формування іміджу держави є складовою зовнішньополітичної стратегії, що визначає її місце в світовій інформаційній цивілізації, зокрема в умовах ведення гібридних війн. Відповідно створення образу держави за допомогою інструментів мас-медіа є надзвичайно актуальним, оскільки

саме вони мають всі можливості для формування громадської думки під впливом створеної ними ж як правдивої, так і свідомо фейкової інформації щодо реалізації національних інтересів цієї держави на міжнародній арені.

Одним із таких інструментів мас-медіа виступають соціальні мережі, які з початком повномасштабної війни Росії проти України, змінили своє функціональне призначення не лише реалізувати розважальну функцію, але й почали використовуватися як засіб ведення інформаційної війни та інструмент для формування як свого позитивного, так і негативного іміджу держави-суперника на міжнародній арені.

Аналіз попередніх досліджень. Питання міжнародного іміджу держави цікавило зарубіжних та вітчизняних науковців, зокрема: С. Ангольта, А. Сенгупта, А. Скотта, Я. Грицака, Є. Магду, К. Савон. С. Гуцал у своїх наукових працях досліджував вплив стратегічних комунікацій на публічну дипломатію в рамках реалізації іміджевої політики. І. Сухорольська та І. Климчук вивчали питання здійснення публічної дипломатії в умовах війни Росії проти України. Науковець Л.Кочубей, аналізуючи інформаційно-комунікаційну сферу держави, зазначав про її цілеспрямовану стратегію інформаційної політики щодо формування іміджу України, а дослідниця С.Коляденко вбачала у цифровізації особливий механізм позиціонування національних інтересів.

207

Метою статті є визначення ролі соціальних мереж у формуванні іміджу держави.

Виклад основного матеріалу. Сучасне інформаційне суспільство розмиває державні кордони і жодна країна не може перебувати в інформаційному вакуумі, трансформується традиційна система комунікації. Розвиток цифровізації сприяв формуванню нової моделі взаємовідносин не лише між громадянами та органами державної влади, а й між державами в глобальному інформаційному просторі. Інформаційно-комунікаційні технології стали інструментом державної іміджевої політики. Вони реалізують зовнішньополітичний курс країни на міжнародній арені, сприяють просуванню національних інтересів держави та інформують світову громадськість щодо її особливостей, тобто створюють та поширюють якісний контент щодо презентації держави на міжнародному рівні. [Денисенко С., 2014, 149]

Формування позитивного іміджу України в світовому інформаційному просторі передбачає не лише захист національних інтересів, а й реалізацію власної інформаційної політики, зокрема в умовах повномасштабної російської агресії. Інформаційна політика України зорієнтована на побудову відкритого інформаційного суспільства, в якому кожен громадянин держави має можливість створювати, зберігати та поширювати інформацію. Закон України «Про інформацію» головним завданням державної політики визначає забезпечення доступу всіх громадян держави до інформації, створення національних систем та мереж для її поширення та ефективного використання в суспільстві з метою задоволення інформаційних потреб українців як на території держави, так і за кордоном. [Закон України про інформацію, 1992]

208
— Важливою особливістю національної інформаційної політики є також орієнтація на міжнародну співпрацю в сфері інформації, забезпечення інформаційного суверенітету України та позиціонування національних інтересів держави на міжнародній арені. В умовах міждержавної інформаційної конкуренції постає питання пошуку оптимальних комунікаційних моделей державної політики. Група українських науковців Т.Нагорняк, С.Бондаренко, М.Польовий виділяють три моделі побудови інформаційної політики держави: субсидіарну, вертикальну та перехідну. І хоча кожна запропонована модель має свої характеристики та відмінні підходи до її побудови, все ж таки їх об'єднує одна спільна особливість: формування, просування та підтримка позитивного іміджу держави з метою впливу на світову спільноту. [Нагорняк, Т., Польовий, М., Бондаренко, С., Осмоловська, А., 2022, 22] Тобто іміджева політика держави – це системний процес обміну інформаційними потоками на міждержавному рівні щодо роз'яснення зовнішньополітичних інтересів країни та формування бажаної думки світової громадськості за рахунок використання можливостей засобів масової комунікації, зокрема й соціальних мереж.

Соціальні мережі відносимо до засобів масової комунікації, оскільки вони зорієнтовані на виконання комунікативних функцій та є найбільшими платформами для спікування між індивідами, заміни яким на даний момент не існує. Така особливість даного інформаційного ресурсу сприяла тому, що він став полігоном для розгортання та ведення інформаційних війн. Особливої актуальності

дане питання набуло після повномасштабного вторгнення Росії на територію України. Паралельно зі збройним протистоянням ведеться й іміджева боротьба в інформаційному просторі, в якій Росія намагається вплинути на формування як внутрішнього, так і міжнародного іміджу України.

Країна-агресор використовує платформу соціальних мереж з метою не просто зниження міжнародного іміджу України, а й його трансформації для досягнення своїх геополітичних інтересів. Її інформаційна політика направлена на послаблення позицій України на міжнародній арені через формування стереотипу меншовартості та вторинності українців, дестабілізацію всередині держави. Соціальні мережі використовуються для проведення інформаційних акцій та компаній, а також спеціальних інформаційних операцій з нав'язування наративу щодо «братнього народу», «нелегітимної київської влади», «бандерівщини». Відповідно однією з загроз для позитивного іміджу держави є здійснення іноземними державами, зокрема Росією, негативного інформаційно-психологічного тиску на свідомість суспільства в цілому і громадян України зокрема через соціальні медіа ресурси, адже на даних інтернет-платформах поширюється та обговорюється будь-яка інформація, яка може бути як достовірною, так і фейковою. Соціальні мережі є найкращим місцем для розповсюдження пропаганди, оскільки подану інформацію не завжди є можливість перевірити на достовірність. Водночас, ці інтернет-платформи використовуються й як інструмент розвінчування «фейків» та викриття злочинів армії агресора, а також ефективний спосіб консолідації великої за кількістю аудиторії.

Так, під час Революції Гідності 2014 р. через соціальні мережі українці збиралися на протестні мітинги, відслідковували перебіг подій щодо анексії Криму та збройного протистояння на Сході України. У лютому 2022 р. об'єднали націю, у квітні-травні цього ж року демонстрували у прямому ефірі окупацію Азовсталі у м.Маріуполь, що фактично стало трагедією з місця події в реальному часі. Водночас соціальні платформи сприяли стрімкому зростанню позитивного іміджу України в очах світової спільноти як вільної, сучасної, демократичної держави. Саме висвітлення через соціальні мережі супротиву України повномасштабному російському вторгненню продемонструвало всьому світу сміливість та хоробрість українського народу як його особливий генетичний стереотип, відмінний тому,

що продукувався проросійськими масовими комунікаціями. Використання інформаційних технологій для встановлення діалогу зі світовою громадськістю значно посилило сприйняття іміджу України у світі та сформувало його нову брендovu стратегію.

Фокус іміджу держави змінився і головним його завданням став захист держави на інформаційному фронті. У рамках реформування бренду України було запущено інформаційний проєкт war.ukraine.ua. Це офіційна цифрова платформа створена в перші дні повномасштабного вторгнення Росії на територію України з метою поширення офіційної актуальної та перевіреної інформації про перебіг військових подій. Інформація подається 8 мовами у формі редакційних колонок, аналітичних статей та інтерв'ю зі свідками подій. Як зазначав міністр закордонних справ України Дмитро Кулеба, дана платформа орієнтована на світову спільноту, щоб весь світ почув: «...історії українського єднання та сміливості перед обличчям російських звірств». [Міністерство закордонних справ України, 2022] Ця мультимедійна та мультимедійна платформа для взаємодії з міжнародною спільнотою містить профілі в соціальних мережах, зокрема Facebook, Twitter, Instagram, що, в свою чергу, дало можливість привернути увагу 4 мільйонів користувачів та відповідно збільшити впізнаваність бренду «Україна» на міжнародній арені.

У міжнародному інформаційному просторі українська тема перебувала постійно протягом 2022 р. завдяки саме соціальним мережам. На різноманітних соціальних платформах найбільше обговорювалися теми перебігу військових дій, злочинства у м.Бучі та м.Ірпені Київської області, захисників Азовсталі, енергетичного колапсу, біженців. Фотографії українських журналістів М. Левіна, О. Мелояна, С.Юрченка, В. Ратинського, К. Крючкової, С.Козлюка та ін. стали неспростовними доказами злочинів країни-агресора на території України, продемонструвавши всьому світу істинність геополітичних інтересів Росії та сприяли трансформації іміджевої української політики на міжнародній арені.

Новим гаслом брендингової кампанії стала фраза «Be brave like Ukraine» – «Будь сміливим, як Україна». Іміджева політика реалізовувалася на соціальних платформах керівництвом держави, політичними та громадськими діячами, публічними особами та простими громадянами з використанням хештегу #BRAVEUKRAINE. Основним її завданням є формування зовнішньої та внутрішньої громад-

ської думки щодо образу українців як нації, яка не розгубила свою сміливість у перші дні війни та стала на захист європейських цінностей проти «другої армії світу» і ділиться своєю сміливістю з усім світом.

Моніторингове дослідження соціальних мереж, яке проводилося компанією LOOQME для BRAND UKRAINE у 2022 р., продемонструвало, що 63% обговорень було зосереджено на темі перебігу воєнних дій, 10 % – міжнародній допомозі та підтримці України та 3 % – енергетичній кризі. Водночас бренд держави наповнився новими репутаційними маркерами, такими як: «нація героїв», «демократична країна» та «Україна – член європейської сім'ї народів». Саме за цими характеристиками Україна була найбільш представлена в соціальних мережах.

Соціальні мережі стали платформою для викриття злочинів країни-агресора, публікуючи повідомлення з хештегами: #Bucha; #BuchaMassacre; #russiaisaterroriststate. У такий спосіб українська держава намагалася привернути увагу міжнародної спільноти щодо жорстоких вбивств мирного населення та наголошувала на необхідності підтримки України на міжнародній арені, наданні економічної, гуманітарної, військової допомоги, реалізовувала зовнішню політику у відстоюванні своїх національних геополітичних інтересів. Зокрема, хештег #Slava Ukraini зайняв лідируючі позиції у світових трендах Twitter, нарахувавши 74,4 тисячі повідомлень, що стало результатом оприлюднення у соціальних мережах відео з жорстоким розстрілом українського неозброєного військового, якого росіяни вбили після слів: «Слава Україні!», продемонструвавши ще раз світовій спільноті справжній образ української держави.

24 лютого 2023 р. у рамках реалізації іміджевої кампанії було запущено міжнародну комунікаційну кампанію #WhatWeAreFightingFor, мета якої пояснити світовій спільноті, що Україна на полі бою відстоює не лише свою територіальну цілісність, а й глобальний мир, свободу та майбутнє всього світу. У рамках даної програми кожен громадянин України має можливість поділитися своїми причинами та мотивацією для цієї боротьби. Це унікальний спецпроект на платформі UKRAINE.UA, який представляє особливість кожного регіону України у боротьбі за державну цілісність, демократію, свою історичну спадщину та культуру, мову та можливість самостійно обирати своє майбутнє. UKRAINE.UA – це екосистема офіційних цифрових

платформ України для комунікації та взаємодії з міжнародною аудиторією, що реалізується в рамках публічної дипломатії Міністерством закордонних справ України. Дана платформа об'єднує офіційний сайт України та її сторінки в соціальних мережах, зокрема таких як: Facebook, Instagram, Spotify, LinkedIn, TikTok, Twitter, YouTube з постійною аудиторією понад 2 мільйони користувачів.

У рамках ведення інформаційної політики щодо захисту українського інформаційного поля від засилля пропагандистської та «фейкової» інформації Центром протидії дезінформації Ради національної безпеки і оборони України було створено його представництво на сторінках соціальних мереж: Facebook, Instagram, Viber, YouTube, метою яких є реалізація Стратегії національної безпеки України у боротьбі з гібридними загрозами з боку Росії та її союзників. На інтернет-сторінках Центру здійснюється протидія внутрішнім та зовнішнім інформаційним загрозам, оприлюднюється ворожа пропаганда, елементи маніпулювання громадською свідомістю, використання «фейків» та водночас проводиться робота щодо формування медіа-грамотності населення держави. Центр забезпечує координацію між державними органами, медіаспільнотою та громадянським суспільством і є не лише українським, але й міжнародним хабом протидії дезінформації.

Висновки. Одним із стратегічних ресурсів здійснення зовнішньої політики держави є формування її іміджу в міжнародному інформаційному просторі. Імідж держави створюється не одне десятиліття, він є результатом багатьох складників: економічного розвитку, добробуту населення, інтенсивності інвестиційної політики, туристичної привабливості, розвитку новітніх технологій тощо. Реалізація іміджевої політики передбачає використання різноманітних чинників, але в час цифрового суспільства інформаційно-комунікаційні складові набувають особливого значення.

Протягом 2022 р. Україна суттєво змінила свою впливовість на міжнародній арені про що свідчать показники міжнародних рейтингів. Так, рейтинг Global Soft Power Index демонструє входження України в двадцятку найвпливовіших країн світу, а обізнаність світової громадськості про Україну за даними Brand Finance зросла до 71%. Україна на міжнародній арені стала символом свободи XXI століття, продемонструвавши трансформацію державного бренду перед загрозою національного існування.

Іміджева політика України, використовуючи інструменти та можливості соціальних мереж, продемонструвала світовій спільноті інший образ держави, ніж той який намагалася нав'язати їй в міжнародному просторі Росія – образ «братнього народу» з «нелегітимною владою» та «штучними героями». Брендінгова кампанія «Be brave like Ukraine» сформувала якісно новий образ України як: самостійної держави щодо реалізації внутрішньої та визначення векторів зовнішньої політики; відкритої до міжнародного співробітництва та партнерства з розвинуеною демократією та дотриманням прав і свобод як власних громадян, так і гостей держави; з унікальною національною, культурною, історичною спадщиною та здатністю боротися не лише за свою територіальну цілісність, а й за збереження цивілізаційних цінностей, миру та свободи всього світу.

Реалізація іміджевої політики з використанням соціальних мереж сприяє формуванню позитивного сприйняття України на міжнародній арені, впливає на її світовий рейтинг, а відтак на можливості захисту національних інтересів в умовах російської війни, отримання міжнародної дипломатичної та військової підтримки.

Джерела та література:

1. Денисенко, С. М. (2014). “Використання інформаційно-комунікаційних технологій для формування міжнародного іміджу держави”. Сучасні міжнародні відносини: актуальні проблеми теорії і практики. № 1. Київ.
2. Закон України про інформацію (1992). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text>
3. Звіт про сприйняття України у світі (2022). <https://bazilik.media/brand-ukraine-opublikovala-zvit-pro-spryjniattia-ukrainy-u-sviti/>
4. Нагорняк, Т., Польовий, М., Бондаренко, С., & Осмоловська, А. (2022). Комунікативний вимір формування і просування публічного іміджу держави. *Copernicus Political and Legal Studies*, (1).
5. Офіційна платформа України про війну з мільйонною аудиторією Міністерство закордонних справ України (2022). <https://mfa.gov.ua/news/oficijnu-platformu-ukrayini-pro-vijnu-z-miljonnoyu-auditoriyeyu-warukraineua-onovleno-dlya-nadannya-dokaziv-rosijskogo-teroru-v-ukrayini>

References:

1. Denysenko S.M. (2014). “Vykorystannia informatsiino-komunikatsiinykh tekhnolohii dlia formuvannia mizhnarodnoho imidzhu derzhavy”. Suchasni mizhnarodni vidnosyny: aktualni problemy teorii i praktyky. № 1. Kyiv.
2. Zakon Ukrainy pro informatsiiu (1992) <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text>
3. Zvit pro spryiniattia Ukrainy u sviti (2022). <https://bazilik.media/brand-ukraine-opublikovala-zvit-pro-spryjniattia-ukrainy-u-sviti/>
4. Nahorniak, T., Polovyi, M., Bondarenko, S., & Osmolovska, A. (2022). Komunikatyvnyi vymir formuvannia i prosuvannia publicлноho imidzhu derzhavy. Copernicus Political and Legal Studies, (1).
5. Ofitsiina platforma Ukrainy pro viinu z milionnoiu audytoriiieu Ministerstvo zakordonnykh sprav Ukrainy (2022). <https://mfa.gov.ua/news/oficijnu-platformu-ukrayini-pro-vijnu-z-miljonnoyu-auditoryeyu-warukraineua-onovleno-dlya-nadannya-dokaziv-rosijskogo-teroru-v-ukrayini>