

Максим ІВАНОВ,
аспірант Національного інституту
стратегічних досліджень при Президентові України

БРЕНДИНГ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ

У статті розкривається значення брендингу органів державної влади на прикладі України в контексті подій української кризи 2014-2015 років – анексії Кримського півострова Російською Федерацією та збройного конфлікту на Донбасі. Автором конкретизовано саме поняття брендингу органів державної влади, розкрито взаємозв'язок між брендингом органів влади України та національною безпекою, проведено аналіз впливу іміджу того чи іншого органу державної влади у тісній взаємодії з безпековим фактором.

Ключові слова: брендинг, органи державної влади України, національна безпека, імідж держави.

В статье автор раскрывает значение брендинга органов государственной власти на примере Украины в контексте событий украинского кризиса 2014-2015 годов – аннексии Крымского полуострова Российской Федерацией и вооруженного конфликта на Донбасе. Автором конкретизировано само понятие брендинга органов государственной власти, раскрыта взаимосвязь между брендингом органов власти Украины и национальной безопасностью, проведен анализ влияния имиджа того или иного органа государственной власти в тесном взаимодействии с фактором безопасности.

Ключевые слова: брендинг, органы государственной власти Украины, национальная безопасность, имидж государства.

The article reveals the importance of public authorities branding on the example of Ukraine in the context of the events

of the Ukrainian crisis 2014-2015: the annexation of the Crimean peninsula by the Russian Federation and armed conflict in Donbas. The author elaborated the concept of public authorities branding and interrelation between the branding of public authorities of Ukraine and national security. Author made an analysis of the impact of the image of a public authority in close cooperation with the security factor.

Keywords: *branding, public authorities of Ukraine, national security, state's image*

Проблема формування позитивного іміджу органів державної влади України – одна з найбільш актуальних у контексті загроз національній безпеці нашої держави згідно з проектом Стратегії національної безпеки України [4]. Власне, наразі Україна зазнає комплексного тиску з боку Російської Федерації, який включає керовані з єдиного центру різного роду заходи деструктивного впливу. Цілями цього тиску у стратегічному вимірі є блокування європейської інтеграції України, виснаження її військових та економічних ресурсів, дестабілізація суспільнополітичної ситуації, підрив основ громадянського миру в Україні та намагання на цій основі підпорядкувати політику Української держави інтересам керівництва Російської Федерації. Тут загрози з боку Російської Федерації спрямовані саме на державу Україна як на суб'єкт міжнародних відносин та на органи державної влади України – елементи механізму держави, що беруть участь у виконанні функцій держави й наділені при цьому владними повноваженнями. Пошук Україною власного шляху розвитку, зокрема, з урахуванням європейського досвіду, викликав інформаційну протидію з боку Росії, що переросла згодом у військовий конфлікт. За цих умов у контексті інформаційного позиціонування України вплив російського чинника стає особливо суперечливим, а сам він перетворюється на інструмент політичної, ідейної, військової боротьби за домінування на пострадянському просторі [3].

Отже, збройна анексія Кримського півострова після подій Євромайдану та конфлікт на Донбасі, що був де-факто підтриманий Російською Федерацією, спричинили масштабний деструктивний вплив на імідж України в цілому та, в тому числі, імідж органів державної влади, які покликані захищати територіальну цілісність та протидіяти будь-яким зазіханням на безпеку громадян.

Фактично національна безпека тісно пов'язана з безпекою самої суспільно-політичної системи держави, з іншого боку – при реалізації державою своїх цілей, вона має відносини з іншими державами, які або будуть сприяти, або перешкоджати їх виконанню. Тут можемо констатувати, що загрози іміджу органів державної влади тісно переплітаються із загрозами національним інтересам та національній безпеці держави. Більше того, позитивний імідж, зокрема, покликаний продемонструвати відповідність політичного устрою держави визнаним демократичним стандартам [1].

Без ефективної роботи державного механізму неможливі зміцнення державної влади та захист загальнонаціональних інтересів, а також динамічний розвиток країни. В цьому контексті доцільно розглянути питання формування позитивного іміджу органів державної влади України, в першу чергу, у внутрішньому вимірі – серед громадян України, адже загрози національній безпеці в інформаційній сфері сьогодні є одними з найбільш критичних для реагування: ворожа пропаганда та проведення спеціальних інформаційних операцій щодо формування вигідної супротивнику думки у суспільстві, використання засобів інформаційної зброї у XXI столітті згідно з рівнем деструктивного впливу можна прирівняти до танків та гармат.

У сучасних умовах все більшого значення набуває здатність держави впливати на зовнішню і внутрішню політику силою ідей і цілеспрямованих інформаційних

потоків. Повідомлення, що надходять через всі види засобів масової комунікації та Інтернету, є потужним інструментом формування громадської думки щодо власної держави та безпосередньо органів державної влади. Актуальність значення позитивного іміджу органів державної влади як інструменту забезпечення національних інтересів та національної безпеки підтверджується і тим фактом, що сьогоднішня політична конкуренція відчуває деяку трансформацію в плані вирішення конфліктів. У зв'язку із значною рудиментністю принципу вирішення конфліктів виключно силовим способом політична боротьба, перш ніж прийняти силову форму, здійснюється виключно в інформаційно-комунікативному просторі.

Отже, для органів влади брендинг має важливе функціональне і статусне значення. Він характеризує ступінь довіри громадян і є важливим критерієм оцінки ефективності діяльності того чи іншого органу державної влади. У свою чергу, у відношенні до громадян успішний імідж показує ступінь відповідності дій органів виконавчої влади вимогам та очікуванням конкретних соціальних груп і суспільства в цілому. Внаслідок цього імідж значною мірою детермінує поведінку громадян по відношенню до органів влади, визначає ступінь суспільної підтримки діяльності виконавчої влади та програми її реформування. Формування та підтримка позитивного іміджу органів державної влади являє собою національний інтерес будь-якої держави через низку факторів. У свою чергу, будь-яка загроза іміджу органів влади, що відповідають за ті чи інші ключові сфери життєдіяльності держави – у політичній, економічній, соціально-гуманітарній, безпековій, правоохоронній сферах тощо, може бути сприйнята як загроза національним інтересам держави, що в свою чергу являє собою вже проблему національної безпеки.

Аналізуючи різні підходи та напрями, які вивчають власне владу та її характеристики, можна визначити

наступне розуміння брендингу органів державної влади. Під «брендингом» слід розуміти цілісний певний образ органу виконавчої влади в державі, що стійко існує та є чітко сприйнятим у масовій або індивідуальній свідомості як сукупність властивостей, що деталізуються за допомоги реклами й пропаганди, а також в якості певних рис представників органів влади, що взяті в єдності політичної, світоглядної, моральної, психологічної, біографічної, зовнішньої площин та резонують серед населення держави.

Імідж органів державної влади України може бути визначений сукупністю характеристик, що дають уявлення про їх діяльність. Власне існують базові характеристики, властиві кожному типу організації, які є інтерпретованими залежно від їх специфіки. У той же час для іміджу важлива не сама характеристика, а те уявлення, яке можна створити про неї професійними методами і яке забезпечить позитивний імідж. Автор, провівши глибокий аналіз, виокремлює такі характеристики:

1. Образ керівника або головного newsmaker органу державної влади, який у загальному вигляді вибудовується на основі уявлення про його здібності, життєві установки, ціннісні орієнтації, етнічну спільноту, соціально-психологічні характеристики, а також на основі його зовнішніх даних (колір волосся, фізичні дані тощо).

2. Образ державних службовців, що відображає фізичні, психофізичні, соціальні дані, культуру, професійну компетентність, особистісні характеристики, візуально-аудиторні особливості тощо.

3. Соціальний імідж органів влади, що будується на основі уявлень громадськості в різних соціальних групах, про роль того чи іншого органу у політичній, економічній, соціальній, безпековій сферах.

4. Імідж послуг, пропонованих органами виконавчої влади для населення, в який входить уявлення про

якість обслуговування, про їх функціональну цінність, відмінні властивості та унікальні характеристики.

5. Зовнішня атрибутика (візуальний імідж, штаб-квартира, веб-сторінка, герб, девіз тощо).

Процес брендингу органу державної влади є багатофакторною рекурсивною взаємодією змішаного типу трьох суб'єктів: безпосередньо органу державної влади, населення та засобів масової інформації. Вони взаємопов'язані і взаємодіють один з одним у вигляді інформаційного обміну та емоційно-оцінювальних реакцій індивідів. Тут у якості об'єкта виступає сам імідж, участь у формуванні якого здійснюють всі три суб'єкта.

Домогтися стійкого позитивного іміджу на практиці дозволяє вміле застосування органами виконавчої влади комунікативних стратегій. Без всякого сумніву, одним з головних завдань органу виконавчої влади є потреба висвітлити з позитивного боку свою діяльність для громадськості. Найкращим способом досягнення результату є використання стратегії самопрезентації, що супроводжується акцентуванням позитивних моментів і фактів професійної діяльності організації. Стратегія самопрезентації призначена для того, щоб показати громадськості, що дана державна структура є сильною, значущою для суспільства. Ця стратегія включає в себе різні тактики, спрямовані на те, щоб вплинути на сприйняття оточуючими адресанта: інформування, опозиціонування, акцентування позитивної інформації, визнання існуючих проблем і вказівки на шлях їх вирішення.

Приємом тактики інформування з використанням найменування організації є найпоширенішим. Використання імен, прізвищ, посад керівництва, начальників підрозділів надає інформації авторитетності. Також позитивом цього прийому є пряма можливість поліпшення іміджу органу державної влади. Імідж органу виконавчої влади повинен відповідати очікуванням суспільства. Прагнучи привернути громадськість на свій

бік, прес-служба органу виконавчої влади звертається до близьких і зрозумілих громадянам цінностей і понять (честь, гідність, закон, порядок, професіоналізм, пильність, контроль, боротьба з корупцією тощо).

Тактика опозиціонування покликана показати неприйняття органом влади злочинної корупційної діяльності, тим самим позначити непримиренність і боротьбу з фактами проявів такої. Обираючи таку тактику, орган виконавчої влади намагається протиставити себе тим, хто ігнорує закон, і акцентувати увагу громадськості на боротьбі з будь-якими протиправними діями, тим самим створити собі необхідний імідж.

Варто визнати, що основними прикладами успішних стратегій, що вже є в процесі реалізації, на думку автора, є реформа Міністерства внутрішніх справ України – створення абсолютно нового підрозділу – поліції [5]; також – реформа армії, що була активізована у зв'язку з подіями української кризи 2014-2015 рр. [2].

Реалізація тактики визнання існуючих проблем і шляхів їх вирішення дає органу влади можливість нейтралізувати негативну думку громадян щодо ситуації, що склалася, сприяє формуванню почуття довіри до органу влади і, як наслідок, створенню позитивного іміджу. Використання слів начальника або керівника, який визнає існуючу проблему посилює ефект впливу на аудиторію. Треба зазначити, що виявлення існуючих проблем, пошук і вказівка шляхів їх вирішення є невід'ємною частиною професійної роботи прес-служби органу державної влади. На наш погляд, вказівка проблеми без пропозиції або намірів вирішити її не принесе державній структурі позитивної думки про неї з боку громадськості.

Також варто визнати, що у суспільстві склалось своєрідне замкнуте коло. Влада, чиновницький апарат часто ігнорують інтереси і права громадян. Значна частина суспільства відповідає владі тією ж монетою, праг-

нучи оминати легальні і легітимні способи вирішення своїх проблем і звести спілкування з державними органами до мінімуму, звертаючись до них тільки тоді, коли немає інших способів вирішення тієї чи іншої проблеми. Розірвати це замкнуте коло буде можливим тільки при відновленні в суспільстві довіри до державних органів усіх рівнів, тобто в результаті формування стабільного позитивного іміджу органів державної влади. Таким чином, дієвість державної влади в цілому не може бути повною мірою забезпечена без позитивного іміджу державних органів влади.

Отже, досягти стійкого позитивного іміджу на практиці дозволяє вміле застосування органами виконавчої влади комунікативних стратегій, різних тактик, спрямованих на формування певної думки у населення і в ЗМІ. Серед них можуть бути використані тактики інформування, акцентування позитивної інформації, визнання існуючих проблем і вказівки на шлях їх вирішення тощо. Основною проблемою формування позитивного іміджу органу виконавчої влади є стереотип сприйняття з боку населення. Також особливостями формування іміджу органу державної влади в умовах глобального інформаційного суспільства є велика поінформованість громадян, необмежений доступ до інформації різного характеру, що стосується власної держави та інших держав, що дає їм можливість порівнювати, отримувати інформацію з надзвичайно високою швидкістю, що є вагомим викликом для PR-стратегів, які реалізують проекти з поліпшення іміджу органу влади.

Таким чином, імідж органів державної влади в наші дні є найважливішим інструментом захисту її національних інтересів, тому їх пошкодження або руйнування може завдати шкоди державі. Російсько-українська криза порушила стан рівноваги і викликала значний резонанс у світі, що беззаперечно становить загрозу цілям, репутації, іміджу України. Україна в особі громадян

та органів державної влади виявила спроможність до збройного супротиву агресору, виявляючи патріотизм, відданість громадянського суспільства ідеям державної незалежності. Це робить можливим формування позитивного іміджу нашої держави за умови внутрішньої консолідації, кардинальних реформ та зовнішньої підтримки [3].

Список використаних джерел

1. Губерський Л.В. Імідж України міжнародний// Українська дипломатична енциклопедія у 2-х т. / редкол.: Л.В.Губерський (голова) та ін. – К.: Знання України, 2004. – Т.1. – С. 542 – 543.
2. Довіра українців до армії настільки ж висока, як і до церкви. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unian.ua/politics/1149966-dovira-ukrajintsiv-do-armiji-nastilki-j-visokiy-yak-i-do-tserkvi-poroshenko.html>
3. Піскорська Г.А. Імідж України в контексті україно-російського конфлікту // Г.А. Піскорська, Н.Л. Яковенко [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/viewFile/2517/2247
4. Проект Стратегії національної безпеки України – Національний інститут стратегічних досліджень [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.niss.gov.ua/public/File/2015_analit/strategiya2015.pdf
5. Реформа полиции пока ощутима лишь в Киеве – опрос [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://zn.ua/UKRAINE/reforma-policii-poka-oschutima-lish-v-kieve-opros-192680_.html