

**ОСНОВНІ ІНСТРУМЕНТИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ
ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ (PR)
ЯК СПОСІБ ВИХОДУ З КРИЗОВОЇ СИТУАЦІЇ
В МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИНАХ**

Вінс Валерій Вікторович

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,

Державний торговельно-економічний університет

*Науковий керівник: **Новак Олена Володимирівна***

кандидат економічних наук, доцент кафедри світової економіки,

Державний торговельно-економічний університет

У сучасному глобалізованому світі міжнародні відносини стали надзвичайно складними та взаємопов'язаними. Кризові ситуації, які виникають на міжнародній арені, можуть мати далекосяжні наслідки для країн, організацій та світової спільноти в цілому. У цьому контексті, ефективне використання інструментів та технологій зв'язків з громадськістю (PR) стає критично важливим для управління кризами та пом'якшення їх наслідків.

Комунікація була і залишається одним з найважливіших інструментів забезпечення ефективної державної політики. Її роль у відносинах між урядом і громадянами набуває особливого значення у періоди криз. Адже спроможність подолати наслідки масштабної кризи напряму залежить від згуртованості суспільства та рівня довіри громадян до державних та суспільних інституцій.

Незалежно від рівня застосування кризових PR технологій, сутність зв'язків із громадськістю залишається незмінною, хоча її формулювання досить часто виглядає різноманітно. MAINSTREAM – незалежне PR агентство, що з 2004 року працює для українських і міжнародних клієнтів [1], визначає антикризовий PR в організаціях наступним чином: «антикризовий PR – низка дій, що допомагають запобігти, підтримати та нейтралізувати наслідки ситуацій, що негативно впливають на репутацію компанії, імідж керівників та команди». Однак, таким принципом користуються не лиш компанії, а й держави.

Проте, говорячи про зовнішньополітичний рівень, варто зауважити, що ключовим суб'єктом управління антикризовими PR є уряд конкретної держави. Таким чином, цілі, технології та інструменти PR набувають іншого значення. За К.І. Булегою та І.Ю. Чарських [2], основними цілями використання PR-технологій у внутрішньо та зовнішньополітичній діяльності є:

– лобювання та просування національних інтересів;

- встановлення двостороннього зв'язку як із власним населенням, так і з міжнародною спільнотою;
- формування образу держави та ненасильницький вплив на його сприйняття міжнародною спільнотою – формування позитивного іміджу та пізнаваного бренду держави на міжнародній арені;
- пропаганда ідей та цінностей актора на міжнародній арені;
- популяризація культури та історії держав та недержавних суб'єктів;
- інформування власних громадян та міжнародної спільноти про внутрішню та зовнішньополітичні вектори, про позицію акторів з окремих питань.

Розглянувши етимологію явища PR у міжнародних відносинах, можливо сформулювати ключові актуальні технології зв'язків з громадськістю (PR) як спосіб виходу з кризової ситуації в міжнародних відносинах. Ними є:

- А) швидке реагування та комунікаційна стратегія;*
- Б) цифрова дипломатія та соціальні медіа;*
- В) культурна дипломатія та м'яка сила;*

Зупинимося на кожному пункті детальніше.

Одним з ключових елементів кризового PR у міжнародних відносинах є здатність швидко реагувати на події, що розгортаються. Це включає створення кризового комунікаційного центру, розробку чіткої та послідовної комунікаційної стратегії, призначення офіційних спікерів та підготовку заяв і прес-релізів. Швидкістю та точністю інформації, що надається, можна значно вплинути на сприйняття ситуації міжнародною спільнотою. Важливо відмітити, що дана технологія є однією з базових та «давніх» у сфері державних зв'язків із громадськістю: як у внутрішній політиці, так і в зовнішній.

Чудовим прикладом владнання міжнародних криз завдяки кризовому PR є, як не дивно, Карибська криза. Дві наддержави того часу, США та СРСР, активно готувалися до ядерної війни, адже радянські атомні боєголовки були розміщені у край близько до кордонів Сполучених Штатів. Однак, тодішній президент США Джон Кеннеді не вірив, що розміщення ракет на Кубі кардинально змінило стратегічний баланс ядерних сил; більш значущими для нього були політичні та психологічні наслідки, якщо дозволити Радянському Союзу тримати ядерну зброю на Кубі.

Адміністрація президента Кеннеді застосувала багаторівневу комунікаційну стратегію, яка включала створення спеціального кризового органу (EXCOMM), послідовне інформування різних цільових аудиторій (спочатку кабінет і Конгрес, потім публічне звернення до нації), та паралельну роботу з міжнародними організаціями.

Успіх стратегії базувався на вмілому поєднанні публічної та приватної дипломатії, де відкриті заяви та дії супроводжувались інтенсивними

закритими переговорами. Результатом стало не лише мирне розв'язання кризи, але й значне зростання довіри громадськості (підвищення рейтингу президента з 66% до 77%) та створення нових каналів комунікації між країнами. Цей приклад підкреслює важливість скоординованої кризової комунікації та гнучкого використання різних PR-інструментів у міжнародних відносинах.

Цифрова дипломатія та соціальні медіа відіграють ледь не найважливішу роль у сучасних зовнішньополітичних зв'язках із громадськістю. Фактично, один «твіт» кандидата в президента ладен змінити рейтинги його підтримки виборцями – застосування такої «технології» ми бачимо в прикладі з Дональдом Трампом та його намаганнях завдяки онлайн-популізму впливати навіть на відносини між державами.

Тим не менш, у сучасну епоху цифрові платформи стали потужним інструментом для впливу на громадську думку та формування наративів. Ключові аспекти включають активне використання офіційних акаунтів у соціальних мережах, моніторинг та аналіз онлайн-дискусій, створення та поширення візуального контенту, а також взаємодію з лідерами думок та інфлюенсерами. Цифрова дипломатія дозволяє країнам та організаціям напряму спілкуватися з широкою аудиторією, обходячи традиційні медіа-фільтри.

Напевно, найбільш показовим та визначальним прикладом є «Арабська весна» 2010–2012 років. Соціальні медіа відіграли ключову роль у мобілізації протестувальників та поширенні інформації. У відповідь, уряди та міжнародні організації почали активно використовувати Twitter, Facebook та інші платформи для комунікації своїх позицій та взаємодії з громадськістю. Наприклад, Державний департамент США використовував Twitter для прямої комунікації з протестувальниками в Єгипті, обходячи офіційні канали [3].

Не варто недооцінювати і роль спорту як інструменту «м'якої» дипломатії. Олімпійські ігри – головний світовий спортивний турнір, використовується десятками років політтехнологами приймаючих країн для поширення необхідних наративів. Так звана «Пінг-понгова дипломатія» 1971 року є яскравим прикладом нестандартного підходу до налагодження міжнародних комунікацій через спорт. Випадкова зустріч американського гравця Гленна Кована з китайським спортсменом Чжуан Цзедуном під час чемпіонату світу в Японії переросла у запрошення американської команди до КНР, що стало першим офіційним візитом американців до комуністичного Китаю за останні 20 років. Адміністрація Ніксона майстерно використала цю можливість, перетворивши спортивний обмін на потужний інструмент публічної дипломатії.

Комунікаційна стратегія будувалася на використанні «м'якої сили» та створенні позитивного інформаційного фону. Спортивні змагання, які широко висвітлювались у ЗМІ обох країн, допомогли сформува

атмосферу доброзичливості та взаєморозуміння між народами. Це дозволило розпочати неформальний діалог на рівні громадської дипломатії, оминаючи складні політичні протиріччя. Результатом стало не лише потепління двосторонніх відносин, але й подальший історичний візит президента Ніксона до Китаю в 1972 році, що ознаменував початок нормалізації американсько-китайських відносин.

Проїшло 50 років з описаної події, і Китай знову вдався до цієї технології впливу тільки вже відносно Близького Сходу, а не США. Експерт з політики Китаю на Близькому Сході, в Південній і Центральній Азії Софі Зінсер в статті для *The Diplomat* [4] розповів про те, як Пекін змусив 11-річну сирійську зірку настільного тенісу Хенд Заза обміняти свою довгострокову олімпійську мрію 2020 р. на короткострокову китайську. На початку березня 2020 року вона потрапила на перші шпальти газет завдяки перемозі над Маріаною Саакян з Лівану, яка старша за неї на 31 рік, на кваліфікаційному олімпійському турнірі з настільного тенісу в Західній Азії в Аммані (Йорданія). І оскільки Олімпійські ігри були перенесені на 2021 р., Китайський олімпійський організаційний комітет запросив Зазу в Китай для тренувань з кращими гравцями країни, лиш після чого вона зіграла вже в Токіо.

Врешті-решт, слід зауважити, що запрошення Зазу в КНР відбулося як тільки США відмовилися від активної зовнішньої політики в регіоні Близького Сходу. Тобто «жест спортивної доброї волі» від Китаю є нічим іншим, ніж поширення «м'якої сили» на Сирію завдяки використанням персоналії країни на користь китайської комуністичної партії.

Отже, необхідно підкреслити, що інструменти і технології кризового PR існують та розвиваються в зовнішньополітичній площині десятки років. Аналіз та розбір історичних кейсів із міжурядової комунікації не лише не буде зайвим для будь-якої держави та її уряду, а навпаки, може стати вирішальним у розробці нових підходів до подолання міжнародних кризових ситуацій новітнього часу.

Список використаних джерел:

1. Антикризовий PR. *MAINSTREAM*. URL: <https://mainstream.ua/anticrisis-pr> (дата звернення: 16.10.2024).
2. Булега К.І., Чарських І.Ю. Міжнародний PR та проблема створення пізаного бренду України. *Вісник студентського наукового товариства Донецького національного університету імені Василя Стуса*. 2020. Т. 1. № 12. С. 35.
3. Air Command and Staff College Air University. Social Media and the Arab Spring. URL: <https://apps.dtic.mil/sti/tr/pdf/AD1055010.pdf> (дата звернення: 16.10.2024).
4. Zinser S.A New Phase for China's Ping-Pong Diplomacy in Syria. *The Diplomat – Asia-Pacific Current Affairs Magazine*. URL: <https://thediplomat.com/2020/10/a-new-phase-for-chinas-ping-pong-diplomacy-in-syria/> (дата звернення: 16.10.2024).