

ТЕХНОЛОГІЗАЦІЯ МІЖНАРОДНОГО PR: ЗНАЧУЩІСТЬ І РОЛЬ В РЕАЛІЗАЦІЇ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

TECHNOLOGISATION OF INTERNATIONAL PR: SIGNIFICANCE AND ROLE IN THE IMPLEMENTATION OF THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

Цілі сталого розвитку визначають майбутнє людства. План дій сталого розвитку, що включає 17 цілей, вимагає комунікативного супроводу, у тому числі залучення PR технологій для просування ідеї сталого розвитку та мобілізації суспільства на її реалізацію та подолання загроз.

У статті узагальнено сучасні підходи до міжнародного PR. Розкрито вплив інформаційно-комунікативних технологій на міжнародний PR у контексті його використання в реалізації концепції сталого розвитку.

Авторка розробила SWOT-матрицю значущості і ролі технологізації міжнародного PR у досягненні цілей сталого розвитку. До сильних сторін міжнародного PR віднесено такі: визнання його ролі в досягненні цілей сталого розвитку сучасного суспільства; інституціоналізація міжнародної PR діяльності; впровадження міжнародного PR-менеджменту; розвиток нових інструментів PR діяльності; визнання ролі PR у гібридній (інформаційній) війні. Слабкі сторін міжнародного PR пов'язані з тим, що цілі сталого розвитку є новим його об'єктом, незавершеність інституціоналізації міжнародного PR; недостатня адаптованість інструментів і менеджменту PR до завдання просування ідеї сталого розвитку на міжнародній арені. Можливості міжнародного PR полягають у системності досягнення сталого розвитку завдяки безмежності сфер і рівнів його застосування; підвищення якості PR послуг; досягнення керованості сталого розвитку завдяки впровадженню новітніх досягнень міжнародного PR-менеджменту. У цілому розширення потенціалу PR на міжнародній арені можуть загрожувати такі моменти: міфологізація PR; труднощі визначення тих аспектів глобальних проблем, вирішення яких потребує комунікативного PR супроводу; ресурсні обмеження; недостатня протидія використанню технологій чорного PR.

Ключові слова: міжнародна PR діяльність, PR технології, міжнародний PR, міжнародний PR-менеджмент, глобальна проблема, PR програма, PR акція, цілі сталого розвитку.

Sustainable development goals determine the future of humanity. The Sustainable Development Action Plan, which includes 17 goals, requires communication support, including the use of PR technologies to promote the idea of sustainable development, mobilise for its implementation and overcome threats.

The article summarises modern approaches to international PR. The influence of information and communication technologies on international PR in the context of its use in the implementation of the concept of sustainable development is revealed.

The author has developed a SWOT-matrix of the importance and role of international PR technologisation in achieving the goals of sustainable development. The strengths of international PR include the following: recognition of its role in achieving the goals of sustainable development of modern society; institutionalisation of international PR activities; introduction of international PR management; development of new tools for PR activities; recognition of the role of PR in hybrid (information) warfare. Weaknesses of international PR are related to the fact that sustainable development goals are its new object; incomplete institutionalisation of international PR; insufficient adaptation of PR tools and management to the task of promoting the idea of sustainable development in the international arena.

The possibilities of international PR are in the systematic achievement of sustainable development due to the limitlessness of spheres and levels of its application and improvement of the quality of PR services; achievement of manageability of sustainable development through the introduction of the latest achievements of international PR management. In general, the potential of PR in the international arena is threatened by the following issues: mythologisation of PR; difficulties in identifying those aspects of global problems that require communication PR support; resource constraints; insufficient counteraction to the use of black PR technologies.

Key words: PR technologies, international PR, PR-management; global problem, PR programme, PR action, sustainable development goals.

УДК 316.4+359.4+327

DOI <https://doi.org/10.32782/2663-5208.2024.62.7>

Жижняк Л.М.

д.соціол.н., професор кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій, професор кафедри міжнародних відносин, міжнародної інформації та безпеки Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Постановка проблеми. PR в умовах глобалізації є феноменом сучасного суспільства і міжнародного життя, поширюється на світовий рівень і стає міжнародним. Йому притаманні цілеспрямованість і врахування соціокультурних особливостей об'єкта його комунікативного впливу. Актуальність дослідження технологізації міжнародного PR пов'язана із сучасною глобальною проблематикою, формуванням інформаційного простору, де просувається ідея сталого розвитку.

Напрямки досліджень PR останніх років базуються на академічних дискурсах комунікавістики, яка включає міждисциплінарність

у підходах до вивчення комунікативних технологій. Які здобутки маємо?

По-перше, поглиблено розуміння сутності PR як інформаційно-комунікативної технології на основі розвінчування міфів про нього, що поширюють деформоване уявлення про інформаційний простір. Річ Лі виділив 18 міфів про PR і вказав на таку їх особливість: вони здатні сприяти вкоріненості хибних уявлень про PR у суспільній свідомості. Такі уявлення, на думку цього науковця і практика, «... мають більше шансів на виживання в професії, в якій фахівці, окремі індивіди та приватні компанії, які їм платять, насправді не мають ніякого

бажання, аби їхню роботу помітили чи ретельно дослідили» [15, с. 10]. Для PR, як свідчить практика, характерна різноманітність за цілями, завданнями і втіленням, необмежена доцільність і поширеність у сучасному світі. Однак доведена його особливо значуща роль у здобутті комерційного успіху [18]. Загалом постійно відбувається зміна форм і вимірів міжнародних комунікацій та їх убезпечення від загроз руйнування усталених міжнародних відносин.

По-друге, науковцями проведено уточнення характеристик сучасної сфери PR [19]. Технологізація PR, у тому числі міжнародного, пов'язана з розвитком інформаційно-комунікаційних технологій, які є рушійною силою соціальних трансформацій, а ті, хто володіє навичками роботи з ними, мають переваги у різних видах діяльності [16, с. 79–80]. Термін інформаційно-комунікаційні технології має широке тлумачення і «... містить у собі всі технології, що використовуються для спілкування та роботи з інформацією» [17, с. 64]. За критерієм використання людством типу інструментів обробки інформації виділяються етапи у розвитку інформаційних технологій: «1-й етап (до другої половини XIX ст.) – «Ручна» інформаційна технологія (перо, чорнильниця, книга). ... 2-й етап (з кінця XIX ст.) – «Механічна» технологія (друкарська машинка, телефон, диктофон). ... 3-й етап (40-60-і рр. XX ст.) – «Електрична» технологія (великі ЕОМ і відповідне програмне забезпечення, електричні друкарські машинки, ксерокси, портативні диктофони). ... 4-й етап (з початку 70-х рр.) – «Електронна» технологія (великі ЕОМ і створені на їхній базі автоматизовані системи управління (АСУ) й інформаційно-пошукові системи. ... 5-й етап (з середини 80-х рр. XX ст.) – «Комп'ютерна» («нова») технологія (ПК із широким спектром стандартних програмних продуктів різного призначення)» [17, с. 64]. Звичайно, нові суспільні виклики потребують їх вивчення і соціальної технологізації, у тому числі відбуваються зміни у міжнародному PR-середовищі.

PR-середовище розвивається під впливом багатьох чинників, особливо новітніх інформаційно-комунікативних технологій. Трендом сучасності є формування інноваційного PR на основі використання доробок біо-, нано-, інфо та когнітивних технологій. За прогнозом, проведеному успішних PR-кампаній у 2024 році, знадобляться сучасні комунікаційні інструменти, а саме: сервіси і технології штучного інтелекту; віртуальна та доповнена; соціальна відповідальність; соціальні мережі; інфлюенс-маркетинг; комунікаційна екологічність [20].

По-третє, удосконалення PR стримує відсутність прийнятної і визнаної методики оцінки PR-ефективності. У цьому напрямку досягнуто певних результатів, а саме: а) зроблено наголос на необхідності урахування варіативності критеріїв та підходів до цього питання, яке визначає процес формування довіри до

піарників [11; 12]; б) на основі удосконалення методики Міжнародної асоціації з вимірювання та оцінки комунікацій (AMEC) запропоновано Шаблон побудови комунікацій PR360 [1]; в) зроблено узагальнення інструментів міжнародного PR та умов їх успішного використання у різних країнах, сферах та ситуаціях [5; 13; 20; 21]; уточнено відмінності між традиційним піаром і новими формами електронної PR-діяльності [10]; г) запропоновано нові підходи до технології використання PR у глобальному світі [18].

Усталеність є глобальним трендом, напрямком руху глобального суспільства, який визначає життєздатність і перспективи сучасного світу, місце в ньому окремих держав. Однак цей тренд різнився масштабами, тривалістю існування, поширенням та результативністю у окремих регіонах та державах, що мають різний потенціал і стикаються з різними ризиками (як глобальними, так і внутрішніми, що часто стають глобальними). Міжнародний PR має реагувати на виклики і турбулентність сучасного світу через процес технологізації комунікацій задля сталого розвитку.

Мета статті спрямована на осмислення технологізації міжнародного PR, його значущості і ролі в реалізації цілей сталого розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Наразі активно використовується вимірювання поточного та прогнозованого темпу руху різних країн до задекларованих Цілей сталого розвитку [6]. В Україні, за прикладом інших держав, розроблено Дорожню карту використання науки, технологій, інновацій для реалізації завдань Цілей сталого розвитку як звіт про виконання зобов'язань перед ООН у рамках Глобальної пілотної програми розроблення дорожніх карт для досягнення цілей сталого розвитку (до неї Україну включено у 2021 р.) [4]. Це, з одного боку, дозволяє корегувати відповідні управлінські заходи по забезпеченню сталого розвитку на національному, регіональному і світовому рівнях, а з іншого – розвивати партнерство з іншими акторами міжнародних відносин у питанні спільного вирішення глобальних і національних проблем. Однак потребує удосконалення процес поширення самої ідеї сталого розвитку, визначення стану, проблем та результатів її втілення. Зазначене вище актуалізує питання залучення PR-технологій до цієї теми, зважаючи на загально визнану турбулентність сучасного геополітичного середовища, у якому фіксується масштабне зростання ризиків для сталого розвитку.

До основних аспектів PR-технологій відносяться медіакомунікації, лобіювання, кризовий PR, онлайн-комунікації [14, с. 102–103]. У метіатизованому суспільстві технологізація PR великою мірою пов'язана з масмедіа, що формують громадську думку щодо глобальних проблем сучасності. При цьому «вплив комунікативних технологій на громадську думку

залежить від джерела інформації: традиційні масмедіа (телебачення, радіо, преса) поступаються інтернет-комунікаціям, але сутність процесу залишається незмінною – медіаізація є визначальним чинником формування громадської думки за допомогою комунікативних технологій» [9, с. 98].

Відповідність концепції сталого розвитку – стратегічний пріоритет для держав і окремих організацій. При цьому визнається така залежність: «Без розуміння можливостей, необхідних для реалізації стратегій сталого розвитку, ми навряд чи досягнемо мети сталого розвитку» [7]. Таке розуміння виникає перш за все через

комунікативну активність шляхом просування ідеї сталості як суспільного блага й цінності сучасного суспільства. Інструментом забезпечення сталого розвитку стають PR-технології. Саме вони покликані забезпечувати збалансування економічного, соціального й екологічного розвитку на локальному і глобальному рівнях сучасного суспільства [8]. Узагальнені висновки щодо теми наведено у табл. 1.

Керованість визнається якісною характеристикою управління будь-яким процесом. Збереження або підвищення керованості на різних етапах розробки PR-програм, PR-акцій забезпечує прогнозованість і надійність

Таблиця 1

SWOT-матриця значущості і ролі технологізації міжнародного PR у досягненні цілей сталого розвитку

№ з/п	Сильні сторони	Слабкі сторони	Можливості	Загрози
1	визнання ролі PR-технологій у просуванні ідеї і досягненні цілей сталого розвитку сучасного суспільства та його інституцій	цілі сталого розвитку – новий об’єкт міжнародного PR, дефіцит методик	збагачення PR-технологій новими дослідницькими і практичними підходами	недостатнє володіння PR-фахівцями теорією і методами просування ідеї сталого розвитку
2	залучення до PR-проектів сталого розвитку методик і фахівців різних наук, командна робота у різних сферах і на різних рівнях	відсутність чітких критеріїв відбору членів команди до завдань конкретного PR-проекту	системність досягнення сталого розвитку завдяки безмежності сфер і рівнів його PR застосування	низька мотивація фахівців до командної роботи у PR-проекті сталого розвитку
3	розширення уявлення акторів міжнародних відносин щодо впливу глобальних проблем людства на сталий розвиток суспільства	труднощі визначення аспектів глобальних проблем, вирішення яких потребує PR супроводу	розширення арсеналу способів ідентифікації та вирішення глобальних проблем сучасності	неусвідомлення проблемності у асиметричних міжнародних відносинах
4	реалізація проектів сталого розвитку в рамках інституціоналізації міжнародної PR діяльності	незавершеність інституціоналізації міжнародного PR	зростання потенціалу PR на міжнародній арені, його впливу на вирішення глобальних проблем, що загрожують стабільності міжнародних відносин	ризик недостатнього оволодіння PR-фахівцями інструментами міжнародної PR діяльності; ресурсні обмеження
5	впровадження міжнародного PR-менеджменту	невключеність PR-технологій до системи управління сталим розвитком об’єктів	сприяння керованості управління міжнародними процесами і керованості PR процесу	міфологізація PR, завищені оцінки його впливу на процеси, що забезпечують сталий розвиток
6	розробка та впровадження нових інструментів PR діяльності	недостатня адаптованість інструментів PR до просування ідеї сталого розвитку на міжнародній арені	поповнення арсеналу інструментів PR у проектах з питань міжнародної діяльності; підвищення якості PR послуг	ризик недостатнього оволодіння PR-фахівцями інструментами розробки PR-програм PR-акцій щодо
7	визнання ролі PR у гібридній війні як запобіжника впливу на стабільний розвиток	невизначеність місця і ролі PR в системі соціальних комунікацій під час гібридної війни	поповнення арсеналу засобів протидії впливу маніпуляцій на масову свідомість	використання технологій чорного PR
8	розширення кола замовників PR проектів сталого розвитку	відсутність реєстру реальних і потенційних замовників PR проектів	розширення середовища PR-діяльності	брак індивідуального підходу до замовників PR-проекту

надання PR-послуг. Технологізація PR діяльності дозволяє забезпечити керованість процесом вирішення певної проблеми засобами соціальних комунікацій, адаптованими до завдань конкретного PR-проєкту. Ця теза актуалізує роль PR-менеджменту у практиках використання PR як комунікативної технології. Технологізація PR структурує комунікативні дії з метою їх впливу на зміни соціальних систем і ситуацій конкретного об'єкта, що спрямовують його до сталого розвитку. PR-менеджмент покликаний так організувати PR процес, щоб це сприяло підтримці прийняття стратегій сталого розвитку в різних організаційних утвореннях і на міжнародній арені. Ми поділяємо заклик науковців до «... формування моделі глобального управління на основі системи принципів комунікації, таких як відкритість, толерантне обговорення позицій та відповідальна участь у діалозі» [2, с. 40]. PR виступає функцією менеджменту і сам має відповідати його вимогам. Однак серед принципів організації PR-діяльності, які пропонуються науковцями [3, с. 263–264], відсутній принцип керованості. Вважаємо, що це упущення може негативно позначитися на ефективності практик PR-проєктів, які існують на перетині контрольованого і неконтрольованого (щодо ознак, форм і методів реалізації).

Висновки та перспективи. Технологізація міжнародного PR важлива для здійснення ефективної комунікативної політики у сфері міжнародних відносин задля їх усталеності і прогнозованості. По-перше, відбувається зміна форм і вимірів глобального комунікативного простору, що існує у поєднанні реальних, віртуальних і змішаних комунікативних взаємодій. По-друге, активізувався пошук інструментів узгодження міждержавних відносин в контексті забезпечення цілей сталого розвитку.

Наразі існує затребуваність нових інноваційних рішень і комунікативних технологій досягнення сталого розвитку, однією з провідних серед них є PR – внутрішній і зовнішній; національний, міждержавний і глобальний.

Перспективним напрямом подальших наукових досліджень може стати визначення ризиків використання технологій міжнародного PR у реалізації проєктів, спрямованих на сталий розвиток в умовах надзвичайних ситуацій і криз.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Артем Матвієнко: шлях побудови ефективного PR. 2023. <https://cases.media/en/article/artem-matviyenko-shlyakh-pobudovi-efektivnogo-pr>
2. Глазунов В., Краснокутський О., Масюк О. Модель глобального управління: соціально-філософський аналіз. *Humanities Studies*. 2024. Випуск 18 (95). С. 32–41. <http://humstudies.com.ua/article/view/299778/292306>
3. Губіна А. М., Нетреба М. М., Хлебнікова Т. М. Сучасні PR-технології в управлінні організаціями. *Наукові перспективи*. 2021. № 11 (17). С. 258–270. <http://perspectives.pp.ua/index.php/np/article/view/705/707>
4. Дорожня карта використання науки, технологій, інновацій для досягнення Цілей сталого розвитку:

колект. монографія / Т.В. Писаренко, Т.К. Кваша, Л.А. Мусіна та ін. – Київ: УкрІНТЕІ, 2023. – 391 с.

5. Дорошевська К. П'ять інструментів, які допомагають українським бізнесам будувати міжнародний PR. <https://thepage.ua/ua/experts/yak-pobuduvati-yakisnij-mizhnarodnij-pr>

6. Іванчук Віра, Мошняга Назар. Досягнення Цілей сталого розвитку у національному та регіональному розрізах. *Вокс Україна*. URL: <https://voxukraine.org/doslidzhennya-sdg/>

7. Ковальський А. Теоретичні аспекти формування стратегії сталого розвитку. *Економіка та суспільство*. 2023. № 48. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-90>

8. Красностанова Н., Якименко Т. Вплив цифровізації на сталий розвиток організації. *Економіка та суспільство*. 2023. № 48. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-57>

9. Кропивко В. В. Технології впливу на громадську думку: політична рекламістика та пропаганда. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2021. № 33. С. 97–101.

10. Ляшук Н., Васюра Р. Інформаційні технології в сучасній PR-діяльності. *Цифрова платформа: інформаційні технології в соціокультурній сфері*. 2023. № 6 (2). С. 398–406. <https://doi.org/10.31866/2617-796X.6.2.2023.293610>

11. Маличкович О. Як виміряти ефективність комунікацій: метрики PR і підходи. <https://ukcommsclub.ukcom.com.ua/novyny/iak-vymiryaty-efektyvnist-komunikatsij-metryky-pr-i-pidkholdy/>

12. Мироненко В. В. Вимірювання ефективності PR-діяльності: варіативність критеріїв та підходів. *Communications and Communicative Technologies*. 2020. Вип. 20. С. 107–115. https://www.dnu.dp.ua/docs/zbirniki/fszmk/program_5e58ee891b319.pdf

13. Петрик Ю. PR-інструменти Made in Ukraine для тих, хто працює в міжнародному PR. 2022. <https://ain.ua/2022/02/16/pr-instrumenty-made-in-ukraine/>

14. Петров П. Технології політичної комунікації в міжнародних відносинах України: використання PR-технологій. *Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії*. 2023. № 3 (17). С. 98–108. <https://relint.vnu.edu.ua/index.php/relint/article/view/337>

15. Річ Лі. Міфи про PR. *Поганого публіциті не буває та інші поширені хибні уявлення / пер. з англ.* Харків : Вид-во «Ранок» : Фабула, 272 с.

16. Скиба О. П. Технології як фактор становлення інформаційного суспільства: соціально-філософський аналіз. *Вісник НАУ. Серія: Філософія. Культурологія*. 2017. № 1(25). С. 77–80.

17. Скиба І. П., Орденів С. С., Ченбай Н. А. Феномен інформаційно-комунікаційних технологій. *Філософські обрії* : *Наук.-теорет. журн.* 2019. Вип. 42. С. 62–67.

18. Ткач Ю. Як українському бізнесу будувати PR на глобальних ринках – деталі про новий освітній серіаліті. 2024. <https://vctr.media/ua/yak-ukrayinskomu-biznesu-buduvaty-pr-na-globalnyh-rynkah-detali-pro-novuy-osvitnij-serialiti-212721/>

19. Шураєв А. В., Тараба І. О. Сучасна сфера PR та її характеристика. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія*. 2023. № 59. Том 3. С. 96–98. <http://eprints.zu.edu.ua/36771/1/22.pdf>

20. Щедрина Д. Які PR-інструменти обов'язкові для використання у 2024-му – 6 думок від агенції Hoshva. 2024. <https://vctr.media/ua/yaki-pr-instrumenty-obovyazkovi-dlya-vykorystannya-u-2024-mu-6-dumok-vid-agencziyi-hoshva-216149/>

21. 17 найкорисніших PR інструментів для побудови відносин з аудиторією. 2024. <https://snov.io/blog/ua/pr-tools-ua/>