

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
КАФЕДРА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН, ІНФОРМАЦІЇ ТА
РЕГІОНАЛЬНИХ СТУДІЙ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувачка випускової
кафедри

_____ Ніна Ржевська
«___» _____ 2022 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА
СПЕЦІАЛЬНОСТІ 291 «МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ,
СУСПІЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ ТА РЕГІОНАЛЬНІ СТУДІЇ»
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ
«МІЖНАРОДНА ІНФОРМАЦІЯ»

Тема: «Інформаційні засади міжнародних відносин Великобританії»

Виконавець: здобувач вищої освіти 4 курсу, 409 групи Костюка Андріана
Костянтинівича

Керівник: Д.і.н., проф., професор кафедри міжнародних відносин, інформації та
регіональних студій

Нормоконтролер _____ Валентина ЄМЕЦЬ

КИЇВ 2022

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 СТАНОВЛЕННЯ ЗОВНІШНЬОПОЛІТИЧНОГО ІМІДЖУ ВЕЛИКОБРИТАНІЇ В СУЧАСНИХ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИНАХ	5
1.1. Роль інформації в міжнародних відносинах	5
1.2. Технології формування зовнішньополітичного іміджу держави.....	8
РОЗДІЛ 2 ОСОБЛИВОСТІ ЗДІЙСНЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ	20
ПОЛІТИКИ ВЕЛИКОБРИТАНІЇ	20
2.1. Історичні передумови становлення інформаційної політики Великобританії	20
РОЗДІЛ 3 СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ВИКЛИКИ ТА БРИТАНСЬКА ДИПЛОМАТІЯ.....	32
3.1. Інформаційний інструментарій британської дипломатії.....	32
3.2. Російсько-українська війна як чинник впливу на інформаційну політику Великобританії	34
ВИСНОВКИ	40
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ.....	43

ВСТУП

Актуальність теми дослідження визначається тим що традиційно зовнішня політика Великобританії базувалася на двох протилежних тенденціях: збереження традиції та здатності до змін. Протягом тривалого часу Британія грала особливу посередницьку роль між СРСР та США. Однак після розпаду Союзу, а також після розпаду Британської імперії, Великобританія змушена була внести корективи до зовнішньої політики, сформуванню особливий курс.

Зовнішньополітична стратегія Великобританії складається з двох складових – наступності, яка простежується протягом тривалих періодів часу, та мінливості, постійної адаптації до умов нової історичної епохи. У першому випадку маються на увазі такі фундаментальні риси дипломатичної стратегії британського Форін-офісу, як професіоналізм дипломатичної служби, глобальний характер інтересів країни, її особлива роль у системі міжнародних відносин, принцип постійних інтересів та тимчасових союзників, а також принцип «розділяй і володарюй». Зворотний бік зовнішньополітичної стратегії – здатність проявити гнучкість, постійне тактичне лавірування, пристосування змін геометрії міжнародних відносин.

Великобританія тривалий час активно використовувала інструменти «м'якої сили» у зовнішній політиці. Навіть на побутовому рівні її «м'який», культурний, інформаційний та освітній вплив добре відчувається. Країна має унікальну історичну спадщину і, як і раніше, прагне ефективно її використовувати для збільшення свого впливу, добробуту та безпеки. Фізична територія країни сьогодні несумірна за розмірами з Британською імперією, але символічний, культурний, освітній та політико-психологічний постімперський простір сьогодні продовжує залишатися величезним. У дослідженні «м'яка сила» сприймається як засіб освоєння та розширення транснаціональних політичних просторів. На прикладі Великобританії можна побачити, як вона реалізується на практиці за умов сучасного взаємозалежного світу. Таким чином, розгляд інформаційних засад міжнародних відносин Великобританії залишається є актуальним.

Мета дослідження – дослідження інформаційних засад зовнішньої політики Великобританії. Відповідно до мети дослідження було вирішено такі завдання:

- дослідження ролі інформації в міжнародних відносинах;
- вивчення технологій формування зовнішньополітичного іміджу держави;
- аналіз історичних передумов становлення інформаційної політики

Великобританії;

- дослідження змін інформаційних акцентів на тлі Брекзїт;
- вивчення інформаційного інструментарію британської дипломатії;
- аналіз російсько-української війни як чинника впливу на інформаційну

політику Великобританії.

Об'єктом дослідження – участь Великобританії у міжнародних відносинах.

Предмет дослідження – інформаційна політика Великобританії у зовнішній політиці.

Методи дослідження – у ході написання роботи застосовувалися теоретичні загальнонаукові методи, а саме: методи аналізу та відбору

Структура роботи – Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних інформаційних джерел.

РОЗДІЛ 1

СТАНОВЛЕННЯ ЗОВНІШНЬОПОЛІТИЧНОГО ІМІДЖУ ВЕЛИКОБРИТАНІЇ В СУЧАСНИХ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИНАХ

1.1. Роль інформації в міжнародних відносинах

Сучасні міжнародні відносини – це система зв'язків та взаємодій у сфері політики, економіки, соціального життя, культури, права, військової справи, що виникають між різними суб'єктами світової спільноти. В умовах складної міжнародної ситуації особливої значущості набуває діяльність міжнародних організацій, функції яких спрямовані на врегулювання міжнародних відносин у різних сферах. Проте відправною точкою будь-яких зв'язків та відносин із зовнішнім світом виступають інтереси держави. Тому будь-яка оцінка міжнародної ситуації має здійснюватися з урахуванням аналізу суб'єкта, характеру та лінії розвитку інтересів тієї чи іншої держави.

У суспільстві засоби масової інформації (ЗМІ) та засоби масової комунікації (ЗМК) майже нероздільні і виконують взаємодоповнюючі функції. Зрозуміло, вони є важливими атрибутами демократії для максимального забезпечення свободи слова, поглядів та самовираження людей та соціальних суб'єктів.

Лассуелл Г. Д. виділяє три основні функції ЗМК:

- спостереження за навколишнім середовищем; співвіднесення, взаємодія різних частин суспільства у відповідь на події, що відбуваються у навколишньому середовищі;
- передачу соціальної спадщини від одного покоління до наступного.

На його думку, ці функції здійснюється різними групами фахівців і перше місце серед них займають діячі сфер міжнародних відносин [1]. Мілс Ч. Р. до цих функцій додав розважальну функцію [2].

У разі активного розвитку інформаційних технологій потенціал ЗМІ посилюється, що розширює можливості поширення політичних поглядів. Цьому

процесу сприяє конституційне право людини на свободу думки та вираження її (думок) за допомогою ЗМІ.

Сучасні ЗМІ – це не лише провідник інформації міжнародного рівня, а й самостійний суб'єкт системи міжнародних відносин.

Оснащені передовою технікою та технологією вільні ЗМІ – важлива ознака відкритого демократичного суспільства. Проте, як вважають науковці, нові технології та зміни у політичних системах змінюють природу взаємодії ЗМІ та держав. Якщо у 1990-ті рр. здавалося, що розвиток прямує у напрямі необмеженої свободи отримання інформації, незважаючи на існуючі державні кордони, то на початку ХХІ ст. стало ясно, що світ не є місцем, де поширення інформації вільне від будь-яких обмежень.

Сучасні канали масової інформації – це не лише інформаційне середовище, яке сильно впливає на громадську думку, а й потужну бізнес-структуру. Фінансова міць ЗМІ особливо яскраво проявляється у діяльності міжнародних медіакорпорацій. Вони формують картину світу для мешканців планети, визначаючи, що саме вони дивляться, слухають та читають щодня. Інтереси цих медіаімперій поширюються на кожен вид комунікації людини: від газет та телеканалів до голлівудських кіностудій та книжкових видавництв. Вони мають величезні фінансові доходи [3]. ЗМІ є необхідним майданчиком вільного вираження думок, вони спрямовані на вираження та відображення позиції їхніх власників. Цим багато в чому пояснюються складнощі, пов'язані з реалізацією права свободи слова. Саме цією обставиною зумовлені трактування однієї й тієї ж події та явища з боку різних медіаканалів, що суперечать один одному.

Слід зазначити, що сучасна форма ЗМІ–Інтернет – стала потужною інформаційною зброєю у реалізації політичних інтересів. Реальність показує, що його можливості, особливо соціальних мереж, широко використовуються політичними силами, групами для координації своїх дій на міжнародній політичній арені. У сучасній політичній літературі та риториці виник навіть термін «нові ЗМІ», що означає Інтернет та його інфокомунікаційні функції.

Інтернет – це такий комунікативний простір, де інформаційна діяльність політичних партій, сил та груп, поряд з іншими видами ЗМІ здійснюється в першу

чергу. Відвідувачі політичних сайтів мають деякі професійні споживчі якості та особистісні характеристики, що зумовлюють виконання певного соціального завдання, мають виражені особливості сприйняття та переробки інформації. В основі розробки контенту та структури політичних ресурсів Інтернету лежить усвідомлення розробником ролі «своїх» відвідувачів у комунікативному процесі залежно від наявності у них інформаційної мети як усвідомленого способу майбутнього результату. Це ще раз підтверджує, що інтернет-технології нині використовуються як спосіб впливу на учасників міжнародних відносин у реалізації регіональних та глобальних геополітичних цілей.

Не можна стверджувати, що традиційні форми ЗМІ та ЗМК втратили колишню позицію в житті держави та суспільства. Їхній ряд поповнюється новими елементами обміну, передачі та обробки інформації з унікальними функціональними характеристиками, якими вміло користуються різні політичні сили як політичні технології.

Сучасна система міжнародних відносин характеризується тривалим та складним процесом реструктуризації та функціональної трансформації після розпаду двополярного світового порядку. Неоднозначність та складність міжнародної ситуації продиктована геополітичними амбіціями, спрямованими на максимальне розширення своєї зони впливу. Однак, незважаючи на посилення ролі транснаціональних, наддержавних акторів, функція держави як головного суб'єкта міжнародних відносин залишається значущою.

ЗМК – це інфокомунікаційний простір з найвищими передовими технологіями, які дозволяють задовольнити зростаючі потреби сучасної людини в інформації. Проте, на наш погляд, головним моментом політичного дискурсу ЗМІ все ще є формування суспільної думки та маніпулювання свідомістю людей. У цьому сенсі політичний дискурс ЗМІ детермінований політичним дискурсом влади. Великі ЗМІ – це самостійні актори сучасної системи міжнародних відносин. При аналізі питань, пов'язаних з їх діяльністю, обов'язково має враховуватись той факт, що глобальні медіафеномени є одним із важливих напрямів світової політики. Посилюється роль ЗМІ в інформаційному протистоянні світових політичних сил, у якому

спостерігається широка пропаганда ідеологічних, культурних цінностей на формування громадської думки у зручному напрямі. Крім того, прогрес у галузі інформаційних технологій робить ЗМІ швидко доступним соціальним інститутом, спрямованим на висловлення ідей, думок та поглядів щодо всередині та зовнішньополітичних рішень.

Отже, фінансова міць медіакомпаній, холдингів тощо виходить далеко за межі державних кордонів. Великі медіакорпорації мають більшу силу впливу, ніж деякі національні держави. Ці та інші фактори ще більше підвищують актуальність питання ролі ЗМІ у політичному процесі.

1.2. Технології формування зовнішньополітичного іміджу держави

Масове виробництво і поширення позитивної інформації, яка формує позитивний образ країни, стало невід'ємною частиною ефективної роботи державної влади різних рівнів. Головна мета – створення максимально лояльного сприйняття громадськістю продукту, що просувається.

Для цього напрацьовані й активно використовуються спеціальні інформаційні прийоми і техніки, які можуть виступати в якості самостійних політичних технологій, а також використовуватися в контексті загальних іміджевих технологій для посилення ефекту.

Політичні технології є основою іміджмейкінгу. З їх допомогою відбувається вплив на масову свідомість таким чином, щоб сформувати емоційно забарвлений і стійкий стереотип сприйняття держави, який буде вигідно відрізнятися від способу інших держав і забезпечить сприятливе до нього відношення. Будь-які політичні технології, а також інформаційні прийоми і техніки можна розглядати як маніпулятивні, тобто такі, що приховано активізують емоції, вигідні суб'єктам інформаційного впливу. Відзначимо, що вони не покликані об'єктивно та неупереджено передавати інформацію, але можуть так чи інакше вносити в неї певні спотворення [4].

Це – прийоми посилення впливу на аудиторію. Наприклад, це може відбуватися за допомогою проставлення акцентів на тих чи інших аспектах інформації, емоціоналізація інформації, «однобокою» її подачі при замовчуванні якихось фактів тощо. Призначення інформаційних психологічних прийомів і технік – обробка інформації та її приховане впровадження в масову свідомість, що є відмінними ознаками маніпуляції [5]. Комунікаційні прийоми впливу на аудиторію з метою формування іміджу держави різноманітні. Їх можна класифікувати за різними ознаками. Перш за все, це лінгвістичні прийоми впливу, а також контекстні прийоми комунікації. Перші пов'язані з утриманням переданої інформації, другі – зі способом її подачі.

Для створення іміджу держави широко використовуються наступні комунікаційні прийоми:

- різні лінгвістичні (мовні) техніки,
- прийоми вербальної (усної) інформації – емоційність мови, міміка, жести,
- використання фізіогномічних особливостей.

Перетворення інформації виробляються також на основі технічних засобів запису і трансляції інформації. Прийомами посилення впливу на аудиторію є зорові образи, що мають особливе значення в іміджмейкінгу та пов'язані з низькоінтенсивними технологіями комунікації.

Зорові образи втягують реципієнта в свій простір і час, здійснюючи на нього безпосередній вплив [6].

Більшість комунікаційних прийомів, використовуваних для створення іміджу держави, є лінгвістичними, тобто ґрунтуються на мовних особливостях передачі інформації. Будучи найважливішою складовою життя людини, мова міцно оволоділа свідомістю і підсвідомістю людей. Складно переоцінити роль слова і вербальної інформації для людини. Мова – це найдієвіша зброя «м'якої» сили, за допомогою якого вирішується більшість питань соціальної практики, а також політичної сфери.

За допомогою слів відбувається вплив на людей таким чином, що змінюється їх внутрішній світ, формується відповідне його сприйняття. Вербальна інформація

також є важливим фактором іміджу держави. Вона використовується як стихійно, так і свідомо, з метою вплинути на свідомість і поведінку громадян.

У іншому випадку, для формування іміджу держави, з метою посилення ефекту від інформації, що транслюється, використовуються різноманітні лінгвістичні прийоми і техніки. Більшу частину з них можна визначити як маніпулятивні, так як за їх допомогою йде прихований вплив на свідомість і підсвідомість громадян таким чином, що змінюються їхні погляди і наміри на основі провокованих емоцій, без раціонального осмислення впроваджуваної інформації [4].

Отже, розглянемо комунікаційні технології, які задіюються в іміджмейкінгу. У політичній практиці для впливу на громадську думку широко застосовується психологічний прийом «підміна понять». За допомогою даного прийому подіям і явищам надається то звучання і відповідне їх сприйняття, яке нам вигідно. За допомогою спеціально підібраних термінів ми описуємо те, що відбувається в потрібному ключі. «Приклеювані» явищу епітети заміщають логічний доказ і викликають певне ставлення до подій. Так, закон «проти урядових виступів» стає «антитерористичним законом», що відразу «відмітає» всі доводи проти раціональності та легальності подібного роду дій. «Бунтівники», «повстанці» та «революціонери» можуть стати «бандитами», «терористами» і «кримінальними елементами». Це не тільки автоматично ставить їх дії в розряд кримінально караних, але і налаштовує громадську думку проти таких людей, виключаючи питання про право існування подібного роду позиції.

Так як «нав'язування своєї ідеології» не допустимо, держава займається «популяризацією ідей», що можуть суперечити яким-небудь канонам моралі. «Проблеми, які ніхто не вирішує» можуть стати «складнощами перехідного періоду, що дісталися від попередньої епохи». Одна і та ж подія, одні і ті ж явища можна описати діаметрально протилежними словами, зберігаючи при цьому суть того, що відбувається, але змінюючи тональність сприйняття [4].

Так, за допомогою слів ми можемо надати позитивне або негативне забарвлення об'єкту або події в залежності від нашого ставлення до нього і переслідуючим цілям. Наприклад, «щедрий» і «марнотратний», «жадібний» і «ощадливий»; «сміливий» і

«нерозумний», «трусливий» і «обережний»; «веселий» і «відчайдушний»; «товариський» і «балакучий»; «наполегливий» і «упертий»; «спокійний» і «холоднокровний» тощо – це опис одних і тих же якостей з наданням їм позитивного або негативного емоційного забарвлення.

Тому при передачі інформації багато залежить від її суб'єкта, його цілей і намірів, а також особливостей суб'єктивного сприйняття реципієнта інформації.

У політичній і соціальній практиці часто складно визначити межу між полюсами явищ, і від того, як ми їх назвемо, буде залежати ставлення до них громадськості. Офіційні ЗМІ завжди описують події, що відбуваються за допомогою спеціально підібраних термінів. Трансляція подій в певному ракурсі входить в основу офіційної ідеології і допомагає позиціонувати державу з вигідного боку, формуючи сприятливе ставлення до неї світової громадськості і своїх громадян.

Близькою до технології «підміна понять» є «приклеювання ярликів», коли самій державі або яким-небудь її важливим сферам і структурним елементам «приклеюються» вдало підібрані і регулярно повторювані епітети. Надалі в свідомості людей держава набуває стійку асоціацію з даними епітетом, який може мати як позитивне, так і негативне забарвлення. Держава сприймається на основі даного «ярлика», який можна також розглядати як його стереотип. «Імперія зла», «краде газ», «зелена країна», «оплот демократії» – приклади «приклеювання ярликів» в міжнародній практиці. Словесні ярлики служать засобом маніпуляції інформацією [7, с. 463].

Психологічна особливість сприйняття – «підміна мислення думкою» також вміло використовується для ідеологізації масової свідомості. Інформація, подана і сприйнята як готова оформлена конструкція, сприймається на віру, без додаткового осмислення. Для підміни мислення думкою може бути використана мовна конструкція в милозвучно лаконічній формі (по типу прислів'їв), що обумовлює її некритичне сприйняття. Вираз думки, сприйманого громадськістю як готового і такого, не піддається логічній «обробці», може виходити від авторитетних особистостей. В такому випадку громадяни засвоюють сенс сказаного як аксіому, що не вимагає доказів.

Поширена психологічна техніка створення іміджу державі – використання емоційних і експресивних слів, словосполучень і виразів, які справляють особливий вплив на людину. Для наділення об'єкта (в даному випадку держави) особливими якостями використовуються слова і словосполучення, що мають особливу значимість в житті людини і засновані на сильних почуттях і емоціях (наприклад, на інстинктивній рисі, що зачіпає глибинні переживання особистості). Також вони можуть бути пов'язані з критичними інцидентами історичного розвитку соціуму. Для кожної культури такі слова можуть бути специфічними, але є і загальні для всіх людей, якщо охоплюють загальнолюдські цінності або проблеми на інстинктивному рівні. Ці слова мають стійке емоційне забарвлення для індивідів, здатні «захопити» свідомість громадян, забезпечивши сприятливі умови для впровадження інформації, викликаючи прилив теплих або різко негативних почуттів і емоцій. Серед такої лексики можна виділити слова, що традиційно мають особливе значення для людини і викликають сильні емоції (яскраво позитивні – мама, бог тощо; яскраво негативні – хвороба, труна, могила); оцінну лексику (слова з яскравим оцінним значенням – чудовий, самопожертва, лихо, катастрофа, визначений, богообраний тощо); а також якісь «узагальнюючі родові імена» – загальні назви для групи явищ, що мають позитивне або негативне емоційне забарвлення (в літературі дана техніка зустрічається під назвою «сяюче узагальнення» і «блискавична невизначеність» [8, с. 86]).

Особливо дієвими виявляються словосполучення з «теплих» або «злих» слів, а також їх комбінацій. Серед позитивних «родових імен» можна назвати такі як: «щастя», «благополуччя», «любов», «цивілізація», «культура», «демократія», «світ», «духовність», «свобода» тощо. Позитивні словосполучення – «світле майбутнє», «ера процвітання», «права людини», «мир у всьому світі» тощо. Ці слова спочатку несуть «позитивність», створюючи «теплий фон» передачі інформації, що «роззброює» слухача, у якого дані слова підміняють логічну інтерпретацію інформації приємними емоціями. У такому ключі сприйняття легко вселяти будь-які думки, ідеї. «Сяючий фон» з цих слів часто приховує елементарні логічні помилки, на яких будуються ілюзії і міфи. «Злими родовими іменами» є «зло», «смерть», «війна», «голод»,

«епідемія», «потреба» тощо. Зустрічаються комбінації – «прокляття пекла», «покарання сатани», «вічні муки», «смертельна небезпека», «на краю загибелі» тощо. Також можливі словосполучення з «світлих» і «злих» родових імен, які мають особливу силу впливу на свідомість і підсвідомість людей – «світове зло», «смерть любові», «прокляття роду», «між життям і смертю» тощо.

Застосування таких слів і словосполучень також «магічним» чином захоплює свідомість людини, приводячи його в транс, тобто змінений психічний стан, при якому зменшується ступінь свідомої участі в обробці інформації та актуалізуються несвідомі реакції. Тим самим знижується рівень усвідомленої, абстрактної інтерпретації подій, і людина виявляється «обеззброєною» перед інформацією, що транслюється, і готовою до некритичного сприйняття [4].

Інформація, запланована суб'єктом інформаційного впливу, таким чином легко впроваджується в масову свідомість. Дієвим для завоювання аудиторії виявляються оповідання яких-небудь жалісливих історій, здатних «розтопити серця» людей. Незважаючи на те, що за основу таких історій беруться події реального життя, вони обіграються відповідним чином і підносяться в певному «світлі». Так, в біографіях політичних лідерів завжди виявляється кілька історій про нещасні випадки, складних життєвих обставинах, які відбувалися в житті героїв повісті. Почуття співпереживання і співчуття зближує слухача з людиною або народом, терпить гоніння, позбавлення, що піддаються смертельній небезпеці. Такі люди і групи стають «своїми», зрозумілими, «доступними», що в подальшому є теплим тоном для їх сприйняття.

Для посилення інформаційного впливу застосовується прийом «занурення в минуле». У технологіях нейролінгвістичного програмування він відомий як «вікова регресія». Аудиторію «занурюють» в образи минулого, в результаті чого людина впадає в легкий транс і перестає критично сприймати інформацію, піддавати її логічній обробці [9, С. 33]. В такому стані не складно переконати ті або інші ідеї, які можуть працювати на позитивний імідж держави.

Для занурення в минуле слухачеві пропонують згадати які-небудь давні події, для чого успішно застосовується показ старих фільмів, розповідаються захоплюючі

історії з минулого, особливо що стосуються яких-небудь прикордонних ситуацій, коли людина перебуває «між життям і смертю».

При формуванні іміджу держави дуже продуктивно задіяти актуалізацію фундаментальних людських потреб, так як вони є основними рушіями людської свідомості і поведінки. Так, ефективним способом ідеологізації свідомості, застосовуваним для створення іміджу держави, є створення «загрози». Безпека є фундаментальною людською потребою [10]. Будь-яка небезпека життю, здоров'ю, психологічному або матеріальному благополуччю людей сприймається вкрай негативно і, створюючи осередок збудження в корі головного мозку, «захоплює» свідомість людей [11]. Людина в такому стані не може об'єктивно сприймати реальність і готова до некритичного сприйняття інформації.

Загроза є сприятливою умовою появи лідера, який готовий взяти вирішення проблеми на себе, здатний захистити громадян від небезпеки. У свою чергу, громадяни з готовністю йдуть за лідером, видаючи йому кредит довіри і забезпечуючи «запас міцності». Загроза – це не тільки добре середовище для появи лідера, а й фактор згуртування нації, актуалізації патріотизму. У світовій практиці даний прийом ефективно використовується для «очорнення» держав.

На цій основі вибудовується привабливий імідж власної держави: чужа держава – джерело зла, наша – оплот всього позитивного. Актуалізація потреби в безпеці – сприятливе середовище для маніпуляції масовою свідомістю [12, С. 35].

Серед актуальних людських потреб, які також можна задіяти при створенні іміджу держави, необхідно відзначити потребу в повазі. Вона може задовольнятися в тому числі через повагу до своєї батьківщини. Людині завжди приємно чути позитивну інформацію про себе, близьких і рідних, а також тих соціальних структурах, з якими людина себе ототожнює (група, нація, держава).

Психологічно властивий людині етноцентризм робить приємним інформацію про унікальність, богообраності своєї держави, його видатних громадян і великі досягнення, формуючи почуття патріотизму і гордості за батьківщину.

Щодо міжнародного іміджу держави слід сказати, що при його формуванні ефективно підключити людські потреби матеріального характеру. Вплив на

ставлення до держави іноземних громадян здатний надати актуалізацію мотивів особистої вигоди. З цією метою можливий вибір генеральної стратегії іміджу держави, спрямованої на її позиціонування як «корисної» для інших держав з тих чи інших позицій.

Так, міжнародний імідж Японії, наприклад, збудований багато в чому на основі передових досягнень електроніки, нанотехнологіях, брендах Toyota, Nissan тощо. Такі асоціації викликані можливістю задоволення матеріальних потреб японськими товарами високої якості. Прибережні туристичні держави (Таїланд, Балі) мають стійку асоціацію з можливістю задоволення рекреаційних і естетичних потреб.

Якщо можливо пов'язати з державою задоволення бажань людини – то це завжди бонус в «скарбничку» іміджу держави. Рекреаційний і природний потенціал держави, брендові продукти та послуги сприятливим чином впливають на її сприйняття, прив'язуючи до її образу асоціацію задоволення тих чи інших потреб. При формуванні іміджу здійснюється демонстрація туристських продуктів, рекреаційного потенціалу, корисних копалин, культових брендів тощо. Паралельно явно або приховано пояснюються інші можливості держави, пов'язані з багатствами, що демонструються. Обіцяти можна трохи більше, ніж можна виконати, тим самим зумовивши більш сприятливе сприйняття, з одного боку, і не викликавши розчарування від порожніх обіцянок – з іншого [4].

Сприйняття держави як джерела користі і вигоди, якщо, звичайно, це не шкодить її інтересам, дає позитивне сприйняття, забезпечуючи «запас міцності» у разі якихось несприятливих факторів іміджу. У практиці іміджконструювання також поширений прийом «трансферу». Полягає він у тому, що людині властиво переносити уявлення про одні предмети, що мають для нього високий престиж або, навпаки, різко негативне значення, на інші предмети. Так, політики регулярно з'являються на різних заходах в оточенні кумирів публіки – поп-зірок, олімпійських чемпіонів, видатних вчених, колишніх або діючих вітчизняних політичних лідерів, знаменитих акторів, національних героїв. В результаті політика в свідомості людей мимоволі асоціюється з об'єктами їх поклоніння. Позитивне ставлення до знаменитостей, які підтримують політичного лідера, переноситься на нього самого [12].

Те ж відбувається і у відношенні іміджу держави, одним із чинників якого є наявність видатних, знаменитих, популярних людей в кожній із сфер суспільного життя.

Особливу роль для міжнародного іміджу держави відіграють співвітчизники, які проживають за кордоном [13]. Це можуть бути політики, вчені, спортсмени, актори, співаки, лікарі, священнослужителі, громадські діячі, люди, що займаються благодійністю тощо.

Одним із способів популяризації держави, формування її позитивного образу є уявлення її зі знаменитими людьми, які є як громадянами цієї держави, так і представниками інших держав, яких люди знають і які викликають довіру, позитивні емоції та асоціації. Вони можуть поширювати ідеї держави, виступати в її підтримку і захист. Популярних людей краще сприймають і більше їм довіряють. Можливість зв'язати образ держави з образом видатної особистості автоматично переносить її позитивне сприйняття, «посилюючи» імідж держави.

Так, закохавшись в «золотий» голос закордонного співака, громадяни починають переглядати своє ставлення до самої держави, тим самим підвищується його рейтинг. Виходячи із закономірності «трансферу», для створення рекламної продукції держави залучаються популярні і видатні люди, що підвищує ефект її впливу. «Яскраві » особистості, представляючи державу на міжнародній арені (в політиці, спорті, конкурсах краси тощо), є її обличчям, працюючи на імідж держави [4].

Певний ефект на сприйняття держави надають рейтинги держав за різними критеріями їх оцінки, які здійснюються різними дослідницькими центрами. Серед таких критеріїв – рівень і якість життя в державі, ефективність державного управління, рівень розвитку економіки і добробуту громадян, рівень свободи преси, наявність різних проблем і соціальних «хвороб» держави (рівень алкоголізації, наркоманії серед населення, кількість дітей в дитячих будинках тощо) [14]. Таким даними громадяни, як правило, довіряють. Вони впливають на суспільну свідомість, формуючи цілком об'єктивні погляди і оцінки стану різних сфер суспільного життя.

На суспільну свідомість впливають і опитування громадської думки, що проводяться різними соціологічними центрами, в ході яких також виявляється та чи інша інформація про державу – рівень соціального самопочуття, сприйняття представників тих чи інших держав і національностей, особливості менталітету і культури громадян тощо. Подібного роду інформацію, в разі хороших позицій держави за певними показниками, можна цілком успішно використовувати для формування її іміджу.

Часто люди не знають якихось даних, які б позитивним чином позначилися на іміджі держави. Найчастіше в суспільстві поширені помилки, упередження, застаріла інформація. Тому досить поінформувати людей, довести до їх відома нові дані про стан справ. Така інформація може цілеспрямовано спотворюватися з метою поліпшити показники своєї держави і сформувати сприятливе враження про неї або, навпаки, погіршити становище держав-конкурентів і на цій основі підтягти власну [4].

Разом з тим складно впливати на інформацію міжнародних дослідницьких центрів і соціологічних служб, але можна апелювати даними вітчизняних, які часто бувають заангажованими, але також здатні вплинути на своїх громадян.

Таким чином, для створення іміджу держави використовуються різноманітні іміджеві технології, важливе місце серед яких займають комунікаційні, засновані на передачі і сприйнятті інформації. Вони є маніпулятивними, оскільки вносять спотворення в передачу інформації, яка транслюється, таким чином, щоб приховано впливати на масову свідомість. Серед комунікаційних технологій, що застосовуються для створення іміджу держави, можна виділити наступні: використання лінгвістичних прийомів і технік (емоціональноекспресивних слів і виразів, епітетів, узагальнюючих родових імен, жалісливих історій, підміну мислення думкою тощо). Також використовуються немовні психологічні механізми впливу на масову свідомість – прийом «трансферу», «занурення в минуле», створення загрози, актуалізація мотивів особистої вигоди, використання рейтингів держав тощо.

Створення та поширення іміджестворюючої інформації – важливий напрямок роботи із формування сприятливого іміджу держави, без якого в сучасному

інформаційному світі вона «загубиться» серед інших держав або потрапить під негативний інформаційний вплив конкуруючих суб'єктів.

Визначено, у разі активного розвитку інформаційних технологій потенціал ЗМІ посилюється, що розширює можливості поширення політичних поглядів. Цьому процесу сприяє конституційне право людини на свободу думки та вираження її (думок) за допомогою ЗМІ. Сучасні ЗМІ – це не лише провідник інформації міжнародного рівня, а й самостійний суб'єкт системи міжнародних відносин.

Слід зазначити, що сучасна форма ЗМІ–Інтернет – стала потужною інформаційною зброєю у реалізації політичних інтересів. Реальність показує, що його можливості, особливо соціальних мереж, широко використовуються політичними силами, групами для координації своїх дій на міжнародній політичній арені.

На наш погляд, головним моментом політичного дискурсу ЗМІ все ще є формування суспільної думки та маніпулювання свідомістю людей. У цьому сенсі політичний дискурс ЗМІ детермінований політичним дискурсом влади.

Посилюється роль ЗМІ в інформаційному протистоянні світових політичних сил, у якому спостерігається широка пропаганда ідеологічних, культурних цінностей на формування громадської думки у зручному напрямі. Крім того, прогрес у галузі інформаційних технологій робить ЗМІ швидко доступним соціальним інститутом, спрямованим на висловлення ідей, думок та поглядів щодо всередині та зовнішньополітичних рішень.

Автором визначено, що для створення іміджу держави використовуються різноманітні іміджеві технології, важливе місце серед яких займають комунікаційні, засновані на передачі і сприйнятті інформації. Вони є маніпулятивними, оскільки вносять спотворення в передачу інформації, яка транслюється, таким чином, щоб приховано впливати на масову свідомість. Серед комунікаційних технологій, що застосовуються для створення іміджу держави, можна виділити наступні: використання лінгвістичних прийомів і технік. Також використовуються немовні психологічні механізми впливу на масову свідомість – прийом «трансферу», «занурення в минуле», створення загрози, актуалізація мотивів особистої вигоди, використання рейтингів держав. Вважаємо, що створення та поширення

іміджестворюючої інформації – важливий напрямок роботи із формування сприятливого іміджу держави.

РОЗДІЛ 2 ОСОБЛИВОСТІ ЗДІЙСНЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ВЕЛИКОБРИТАНІЇ

2.1. Історичні передумови становлення інформаційної політики Великобританії

Якщо протягом багатьох століть під силою держав передбачалася, насамперед, військова міць, то у ХХ ст. дедалі більша увага починає приділятися невоєнним факторам сили та таким явищам, як економічна, культурна чи інформаційна сила. Така ситуація є дуже близькою до концепції «м'якої сили», запропонованої Дж. Наєм кількома десятиліттями пізніше [15].

Сучасні досягнення Сполученого Королівства у галузі інформаційної політики засновані на масштабній роботі низки інститутів та механізмів. Етапи їхнього становлення безпосередньо пов'язані з ключовими подіями історії країни. Пропонуємо розглядати їх класифікацію таким чином:

1. У період зі вступу в Першу світову війну і до початку Другої світової (з 1914 р. по 1939 р.) Великобританія випробовує у своїй зовнішній політиці різні інструменти, що стосуються як військової пропаганди, так і більш широкого культурного та інформаційного впливу та просування власних цінностей. Крім того, найважливішу роль у становленні британської політики «м'якої сили» відіграло створення (у тому числі з ініціативи Великої Британії) Ліги націй – міжнародної організації, яка закріпила основи Версальсько-Вашингтонської системи міжнародних відносин, що склалася після завершення Першої світової війни.

З 1914 р. по 1918 р. діє британське Бюро військової пропаганди, відоме як Wellington House, робота якого спрямована на закордонні аудиторії. Поруч із Бюро реалізуються ініціативи, які стосуються ширшого спектра питань: наприклад, у 1917 р. організується спеціальний урядовий комітет, покликаний вивчити ситуацію з поширенням і публікацією британських книжок і періодики. Комітет робить висновок про необхідність ширшого просування національної культури в інших країнах, у тому числі для покращення торговельних та комерційних зв'язків [16].

До цього етапу також відносяться перші ініціативи, які надалі вплинуть на становлення програм міжнародного розвитку. У 1929 р. приймається Акт про розвиток колоній (Colonial Development Act) та засновується Фонд розвитку колоній (Colonial Development Fund), проте на той момент основна мета таких ініціатив зводилася до створення умов для соціально-економічного розвитку, насамперед Великобританії та зниження безробіття у метрополії [17].

З 1926 р. по 1933 р. діє унікальне урядове агентство «Імперська маркетингова рада» (The Empire Marketing Board), робота якого була спрямована на просування товарів Британської імперії і включала створення постерів, фільмів, проведення виставок, а також організацію різного роду досліджень. Історик британського Відкритого університету Карл Хак зазначає, що створення такої ради свідчило про зміну пріоритетів: від імперії, заснованої на військовій перевазі, до імперії як активної економічної та культурної спільноти, що сприяє процвітанню як метрополії, так і колоній [18]. Такі трансформації були пов'язані з політико-організаційними змінами в Британській імперії та зростанням автономії домініонів (відповідно до принципів, викладених у Декларації Бальфура за підсумками конференції країн Британської імперії 1926 р.), впливом Великої депресії, а також з загрозою нової активної діяльності німецьких емісарів у британських колоніях.

Перший секретар зазначеної ради, видатний громадський діяч, який зробив внесок у становлення британських медіа-індустрії та зв'язків з громадськістю, сер Стефен Теллент у 1932 р. опублікував брошуру під назвою «Проеціювання Англії» (The projection of England). У цій публікації він доводив необхідність створення «школи з офіційним статусом», яка повинна відповідати за проектування (тобто поширення інформації та матеріалів, відображення) образу країни у всьому світі. У веденні такої організації мали, на його думку, виявитися зв'язки із пресою, виробництво фільмів, проведення виставок. Крім того, він писав, що «кожен співробітник митниці або портсьє, який надав послуги високої якості відвідувачам з-за кордону», також бере участь у проектуванні позитивного образу країни та добуває для неї свою невелику частку доброго відношення у світі [19; 20].

Думку про необхідність посилення культурного та інформаційного впливу за кордоном поділяли й інші представники британського істеблішменту, тим більше, що інші країни, зокрема Франція, Німеччина, Італія та США, вже багато років вели таку діяльність. Наприклад, французька асоціація Альянс Франсез (Alliance Française) була створена з метою поширення французької мови та сприяння діалогу культур ще 1883 року. Як аргументи у Сполученому Королівстві також наводилися дані про те, що просування британської культури та цінностей принесе економічні вигоди [16].

Професор Лідського університету Ф. Тейлор говорить про те, що в цей час відбувалося зародження британської інформаційної політики та нового типу дипломатії, що відповідає викликам ХХ ст. – ери масової комунікації та засобів масової інформації [21].

Нарешті, у 30-ті роки ХХ ст. було створено дві структури, які й сьогодні відіграють ключову роль у британській політиці «м'якої сили». У 1932 р. британська ширококомовна корпорація запустила закордонне радіомовлення. Воно мало бути «з'єднуючою і координуючою ланкою між розкиданими частинами Британської імперії» [22]. Двома роками пізніше, у 1934 р., за підтримки Міністерства закордонних справ (Foreign Office) було засновано «Британський комітет з відносин з іншими країнами», сьогодні відомий як Британська рада (British Council). У 1938 р. відкрилися перші відділення цієї організації там. Сьогодні на офіційному сайті Британської ради причини, які сприяли створенню організації, викладені так: «У цей період статус Великої Британії принципово змінювався. Британська рада була заснована для того, щоб будувати нові міжнародні відносини, що базуються не на політичному чи військовому домінуванні, а насамперед на взаєморозумінні» [23]. Такий опис, можливо, є дещо ідеалізованим. Без жодних сумнівів, у 1930-ті рр., на тлі посилення впливу в Європі ідей марксизму та націонал соціалізму, найважливіші завдання британської інформаційної та культурної діяльності ставилися до сфери пропаганди та контрпропаганди або до того, що сьогодні прийнято називати «інформаційними війнами». Зокрема, початок зарубіжного мовлення BBC пов'язують дослідники з необхідністю протидії італійській пропаганді на Близькому Сході.

Хоча багато напрямів роботи, випробувані в цей період часу, насамперед, пов'язані з цензурою, сьогодні оцінюються неоднозначно [24], загалом можна говорити про те, що основоположні механізми та інструменти британської «м'якої сили» з'явилися саме у міжвоєнний період, напередодні Другої світової війни. При цьому також вироблялися засоби отримання зворотного зв'язку та дослідження суспільної думки в інших країнах. BBC та Британська рада взаємодіяли з Міністерством закордонних справ, у тому числі одержуючи від нього фінансування та вказівки, проте залишалися незалежними організаціями.

Ще один представник Лідського університету, дослідник Робін Браун зазначає, наскільки стабільною виявилася система, створена у 30-х роках ХХ ст., незважаючи на те, що за час, що минув з моменту її виникнення, неодноразово проводилися спроби більшою мірою підпорядкувати зарубіжну інформаційну та культурну політику державі [25]. Почалася і закінчилася спочатку Друга світова війна, потім «холодна війна», проте структури, що виникли близько 80 років тому, пристосовувалися та змінювалися відповідно до викликів часу та продовжують діяти досі. Більше того, вони, у свою чергу, мають певний вплив на британську зовнішню політику шляхом лобіювання та формування порядку денного.

2. Як окремий етап, що вплинув на становлення та розвиток інструментів і механізмів британської «м'якої сили», можна виділити власне період Другої світової війни. З вересня 1939 р. до березня 1946 р. у Великій Британії діяло Міністерство інформації (The Ministry of Information, MOI). Діяльність нового відомства була спрямована як на внутрішні, так і на закордонні аудиторії: вона була дуже великою та включала роботу з пресою, виробництво постерів, книг та фільмів, організацію виставок та вивчення громадської думки.

Одночасно під час війни зросла роль закордонного мовлення BBC. З 1939 р. по 1941 р. чисельність персоналу, зайнятого в роботі на аудиторії в інших країнах, зросла зі 103 до 1 472 чол. До кінця 1940 р. мовлення проводилося 34 мовами, а до 1945 р. – вже 45 мовами, що перетворило BBC на найбільшу телерадіомовну корпорацію у світі [26].

Особливу роль під час війни грала Британська рада: активно уникаючи визначення своєї роботи як пропаганди [16], вона реалізовувала масштабну діяльність: проводила культурні заходи за кордоном, розповсюджував книги та інші друковані матеріали, займалася популяризацією англійської мови, випускала фільми, організовувала тури відомих людей – таких, наприклад, як поет Т. С. Еліот, композитор Б. Бріттен та інші), взаємодіяла із зарубіжними елітами. Незважаючи на значні складнощі, напередодні та під час війни вона змогла відкрити свої філії, Британські інститути у столицях нейтральних країн – Мадриді (Іспанія), Лісабоні (Португалія) та Стокгольмі (Швеція). За словами дослідника Е. Корса, робота ради була, можливо, «найефективнішою формою пропаганди у боротьбі за нейтральну Європу», і суттєво вплинула на рішення європейських політичних еліт не виступати на боці країн «осі» у Другій світовій війні [16].

3. Після закінчення Другої світової війни настає новий етап розвитку британської інформаційної, культурної та ідеологічної діяльності за кордоном. Тенденції, які вплинули на британську зовнішню політику: розпад Британської імперії, протистояння з СРСР, встановлення «особливих відносин» із США та інтеграція з Європою та інші, безумовно, визначали національну стратегію, яку сьогодні можна назвати «політикою м'якої сили». У 1950-1960 рр. було створено низку урядових комітетів, які досліджували питання, пов'язані з інформаційною та культурною роботою за кордоном, та розробляли рекомендації щодо фінансування, географічних пріоритетів та організації такої діяльності [27; 28; 29].

Як і раніше, серед тематичних пріоритетів залишалися культурні зв'язки, просування англійської мови, поширення британських книг і газет. Однією з нових форм роботи стало «технічне сприяння» (надалі – «сприяння міжнародному розвитку»). Насамперед така діяльність була спрямована на колишні британські колонії. При цьому значний вплив на політику в цій галузі справила реалізація США плану Маршалла, виникнення та розвиток Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР), а також міжнародних організацій у рамках системи Організації Об'єднаних Націй, у роботі яких Великобританія від початку їхньої установи взяла активну участь. У 1960-ті роки такі програми формували і розширювали інші країни:

зокрема, Франція, Німеччина, скандинавські країни, Японія [30]. У 1964 р. після приходу до влади уряду лейбористів Г. Вілсона було сформовано нове Міністерство зарубіжного розвитку (Ministry of Overseas Development). У цьому технічне сприяння спиралося на створені у колоніальний період адміністративні структури [31].

Значну роль у політиці Великобританії у цій сфері грала орієнтація на освіту. У 1962 р. Великобританія та США займали перше місце за кількістю студентів, що прибули з країн, що розвиваються (по 40 тис. чоловік у кожній з країн). Близько 5 тис. британських вчителів, у свою чергу, працювали у країнах третього світу [32]. Спадщина Британської імперії, зокрема, той факт, що еліти (і населення) у колишніх колоніях володіли англійською мовою, також відіграло важливу роль. Однак при цьому ставлення до США як основного конкурента Сполученого Королівства можна охарактеризувати як двояке в умовах ідеологічного протистояння двох систем. У статті 1965 р., присвяченій «Проеціювання Британії за кордоном», історик Макс Белофф висловив думку, що на відміну від інших сфер, конкуренція з боку США у сфері освіти не повинна сприйматися негативно. За його словами, не так важливо, чи навчається студент з іншої країни у США чи Великій Британії, найголовніше, що він опиняється поза зоною впливу СРСР [33].

У 1984 р. Міністерство закордонних справ та у справах Співдружності заснувало стипендію для навчання у Великій Британії для майбутніх лідерів з різних країн світу. Сьогодні ця стипендія відома під назвою Чівнінг та доступна для громадян 160 держав [34].

«Боротьба за уми та серця» зарубіжних еліт та широких шарів населення в період після Другої світової війни була далеко не завжди успішною [35]. Однак, безумовно, основні інструменти та механізми, які сьогодні перетворилися на невід'ємні складові політики «м'якої сили», продовжували в цей період своє становлення та розвиток.

4. Сучасний період розвитку британської політики «м'якої сили» можна почати відраховувати як з закінчення «холодної війни», тобто початку 1990-х рр., і з пізнішого періоду, що належить до кінця 1990-х гг. Другий підхід є кращим. Після перемоги партії лейбористів під час виборів 1997 р. значно зріс інтерес до

позиціонування Британії там, впливу країни та її роль світі. У цей час уряд також переглянув підходи до сприяння міжнародному розвитку та заснував Департамент міжнародного розвитку (Department for International Development) [36]. Крім того, технічний прогрес та збільшення доступу до засобів масової інформації, розвиток у попередні роки радіо, телебачення та кінематографа, а до кінця XX – початку XXI ст. – мережі Інтернет принципово змінили багато підходів до зовнішньої політики країн, і створили безпрецедентні можливості поширення «м'якої сили». Маючи до цього часу значні конкурентні переваги, у тому числі величезний досвід, накопичений у попередні історичні періоди, Великобританія змогла досягти значних успіхів.

2.2. Зміна інформаційних акцентів на тлі Брекзйт

На початку кампанії у 2016 році очікувалося, що Брекзйт призведе до соціальних та економічних змін у Європейському Союзі, а також до довгострокових політичних та інституційних зрушень. Ступінь цих наслідків залишається дещо спекулятивною, поки не стануть чіткими умови відносин Сполученого Королівства з ЄС після Брекзйт.

З припиненням участі Великобританії у політиці ЄС залишається дія угод щодо свободи пересування товарів, людей, послуг та капіталу, Митного союзу Європейського Союзу, а також спільного використання кримінальної розвідки та інших питань, є очевидний вплив із наслідками для обох сторін.

Європарламент ратифікував угоду між ЄС і Британією про торгівлю та співробітництво, яка окреслює правові норми партнерства між сторонами після Brexit. Ухвалений документ передбачає розвиток майбутнього партнерства між сторонами на основі визнання спільних принципів демократії, верховенства права та поваги до прав людини, а також із врахуванням спільних інтересів у боротьбі із кліматичними змінами та у нерозповсюдженні зброї масового знищення. За умовами угоди, нездатність будь-якої зі сторін дотримуватися цих базових принципів може спричинити припинення або призупинення дії цього документа в цілому або частково, як і будь-яких інших угод, які ухвалюватимуться в рамках імплементації та розвитку двосторонньої угоди про торгівлю та співробітництво [37].

Бюджет. Система бюджетних відносин в ЄС доволі складна та багаторівнева. Більшість країн на свій внесок до бюджету ЄС отримують до половини свого внеску субсидії, трансфери та допомоги із бюджету ЄС. Враховуючи статистику за останні роки внеску Великої Британії та субсидій ЄС, збитки для бюджету ЄС становлять від Брекзиту близько 5% від загальної суми. Якщо бюджет 2022 року не буде зменшуватися, то, скоріш за все, Німеччина, яка і так здійснює найбільший чистий внесок до бюджету ЄС, попросять надати додатковий внесок. Бюджет 2021 року складався на основі різкого скорочення ВВП у ЄС в 2020 році на тлі пандемії COVID-19 та мав суттєві скорочення як щодо внесків, так і щодо субсидій та інших зворотних платежів.

Проте не втратили актуальності дебати між країнами, які бажають, щоб бюджет обмежувався не більше 1% від загального обсягу ВВП, та тими, хто хоче, щоб він становив 1,074% [38]. І ці дебати можуть загоститися при формуванні бюджетів на послідуєчі роки.

Зміни політики. Великобританія була головним гравцем в ЄС, який слугував одночасно активом для Союзу, але також перешкоджав тим, хто підтримував напрямок, якому категорично противився британський уряд. Тож в ЄС можуть відбутися трансформації спільної політики в питання безпеки та захисту кордонів, загостряться дії євроскептицизму.

Ідеологічний зсув. Великобританія, як третя за чисельністю населення країна ЄС, із понад 12 % населення Союзу, була впливовим гравцем у Європарламенті та Раді Європейського Союзу. Її відсутність вплине на ідеологічну рівновагу в інститутах ЄС [39].

Європейський парламент. Великобританії було виділено 73 місця в Європарламенті з 751 наявних. 27 з цих місць було перерозподілено в інші країни, а решта 46 були зарезервовані для потенційних нових держав-членів, зменшивши кількість членів Європарламенту до 705 [40].

Експерти вже бачать, що виключення депутатів Європарламенту від Великої Британії та посилення кількості Європейської народної партії та ряду менших партій, може призвести до парламенту, який може:

- бути більш охочим приймати додаткові правила;
- мати меншу підтримку для надійного захисту авторських прав;
- прийняти менший бюджет, але зі збільшеними внесками держав-членів;
- підтримувати гармонізацію податків та податок на фінансові операції (оподаткування виходить за межі чинних договорів);
- надавати меншу підтримку ядерній енергетиці та сланцевому газу на користь відновлюваних джерел енергії [39].

Оборона та зовнішні справи. Великобританія була ключовим активом для ЄС у сферах закордонних справ та оборони, враховуючи, що Великобританія була (разом із Францією) однією з двох основних військових держав ЄС і мала значний розвідувальний потенціал, м'яку силу та далекосяжну дипломатичну мережу. Без Великобританії зовнішня політика ЄС може бути менш впливовою [39]. США розглядали Великобританію як місток між США та Європою, а Великобританія допомагала узгоджувати позиції ЄС із США та проводити жорсткішу політику щодо Росії [41].

Брекзїт на тлі зміни президента у США та пандемії COVID-19 активізує розвиток Європейського оборонного фонду та регіональне співробітництво НАТО та країн-членів ЄС на основі оборонного застереження в Лісабонському договорі.

Свобода пересування, Єврозона. В цих питаннях Велика Британія стояла осторонь, тому її вихід із ЄС розв'язує руки європейським політикам здійснювати більше кроків на гармонізацію та розвиток спільних підходів.

Мова. Історично треба згадати, що основною мовою на початку розвитку ЄС була французька. З часом англійська витіснила її з перших позицій, хоча в ЄС 24 офіційні мови. На сьогодні до 80 % законопроектів готуються спочатку на англійській мові, а далі перекладаються. Брекзїт дає шанс німецькій та французькій мовам отримати більше застосування.

Торгівля. Після Brexit ЄС стає найбільшим торговим партнером Великобританії, а Великобританія стає третім найбільшим торговим партнером ЄС після США та Китаю.

Деякі держави-члени, зокрема Бельгія, Кіпр, Ірландія, Німеччина та Нідерланди, більш схильні до економічного шоку, спричиненого Brexit. Економіка Ірландської Республіки особливо чутлива через спільний сухопутний кордон із Великобританією та тісну інтеграцію агробізнесу з Північною Ірландією [14].

Ухвалена угода [37] надає достатньо можливостей для торгівлі фактично без обмежень проте у запланованих обсягах.

В ЄС найбільше постраждають від виходу Великобританії сектори автомобілів та запчастин – Великобританія є великим виробником і залежить від ланцюга поставок деталей в ЄС, а також електронне обладнання та оброблені харчові продукти. Брекзїт також вплине на експорт сировини з Рурської долини [42].

Міграція з ЄС або свобода пересування. Вплив цього найбільше відчують східноєвропейські держави-члени, які мали до пандемії COVID-19 більше 1 мільйона робітників у Великій Британії. Особливо це питання дотичне до Польщі, Румунії та Литви, проте і Україна може бути в цьому списку, якщо Велика Британія та Польща не домовляться про розширення прав міграції.

Британські резиденти в Європейському Союзі втратили свої права європейських громадян, хоча угода не передбачає обмежень для них. Великобританія в свою чергу запустила свою реєстраційну систему для громадян ЄС у березні 2020 року, коли понад 3,3 мільйона людей отримали статус попереднього поселення та потребували врегулювання питання, щоб залишатися в країні після Брекзїт [43].

Бізнес. Із закінченням перехідного періоду – на 1 січня 2021 року –, компаніям, що ведуть бізнес з британськими державами, довелось змінити політику щодо торгових марок, кордонів та авторських прав, щоб відповідати новим британським процедурам та пов'язаним з цим витратам.

Мито та ПДВ. Угода про Брекзїт призвела до зміни мита та ПДВ. Наприклад, покупці товарів з Великобританії в ЄС тепер платять ПДВ, що застосовується до країн ЄС, який раніше не застосовувався [44].

Агентства, розташовані у Великобританії. До 2017 року Великобританія вже багато років приймає Європейське агентство з лікарських засобів та Європейський банківський орган. Оскільки агентство ЄС не могло бути розташоване за межами

Союзу, Рада розпочала процес визначення нових міст, які приймають ці агенції. Розміщення агенції розглядається як цінний приз для міста, тому майже два десятки міст запеклим процесом заперечували не лише за об'єктивними критеріями, а й за політичними мотивами. Ще у листопаді 2017 року було домовлено про їх переїзд в Амстердам та Париж [45].

Резервний центр обробки даних для системи безпеки супутникової навігаційної системи Galileo також був перенесений з Великобританії в Іспанію [46].

Брекзїт створив цікаву соціологічну картину – він призвів до того, що зросла підтримка ЄС по всій Європі. Опитування за останні три роки показують, що ЄС має найвищу підтримку за останні 35 років. У Великій Британії також спостерігається поживлення підтримки ЄС та невдоволення Брекзїтом, проте це не призвело ще до політичних змін.

Визначено, що сучасні досягнення Сполученого Королівства у галузі інформаційної політики засновані на масштабній роботі низки інститутів та механізмів. Етапи їхнього становлення безпосередньо пов'язані з ключовими подіями історії країни:

1. У період зі вступу в Першу світову війну і до початку Другої світової (з 1914 р. по 1939 р.) Великобританія випробовує у своїй зовнішній політиці різні інструменти, що стосуються як військової пропаганди, так і більш широкого культурного та інформаційного впливу та просування власних цінностей.

2. Як окремий етап, що вплинув на становлення та розвиток інструментів і механізмів британської «м'якої сили», можна виділити власне період Другої світової війни.

3. Після закінчення Другої світової війни. У 1950-1960 рр. було створено низку урядових комітетів, які досліджували питання, пов'язані з інформаційною та культурною роботою за кордоном, та розробляли рекомендації щодо фінансування, географічних пріоритетів та організації такої діяльності

4. Сучасний період розвитку британської політики «м'якої сили» можна почати відраховувати як з закінчення «холодної війни», тобто початку 1990-х рр., і з пізнішого періоду, що належить до кінця 1990-х гг.

Вважаємо, що технічний прогрес та збільшення доступу до засобів масової інформації, розвиток у попередні роки радіо, телебачення та кінематографа, а до кінця ХХ – початку ХХІ ст. – мережі Інтернет принципово змінили багато підходів до зовнішньої політики країн, і створили безпрецедентні можливості поширення «м'якої сили». Маючи до цього часу значні конкурентні переваги, у тому числі величезний досвід, накопичений у попередні історичні періоди, Великобританія змогла досягти значних успіхів.

З припиненням участі Великобританії у політиці ЄС залишається дія угод щодо свободи пересування товарів, людей, послуг та капіталу, Митного союзу Європейського Союзу, а також спільного використання кримінальної розвідки та інших питань, є очевидний вплив із наслідками для обох сторін.

Отже, Брекзїт створив цікаву соціологічну картину – він призвів до того, що зросла підтримка ЄС по всій Європі. Опитування за останні три роки показують, що ЄС має найвищу підтримку за останні 35 років. У Великій Британії також спостерігається пошавлення підтримки ЄС та невдоволення Брекзїтом, проте це не призвело ще до політичних змін.

РОЗДІЛ 3

СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ВИКЛИКИ ТА БРИТАНСЬКА ДИПЛОМАТІЯ

3.1. Інформаційний інструментарій британської дипломатії

В останні роки Об'єднане Королівство доклало значних зусиль для систематизації законодавчої бази. Незабаром планується консолідувати нормативні акти у різних правових сферах для реформування правової системи Великобританії в напрямку її кодифікації. Політика Великобританії в галузі інформаційної політики задекларована в національній програмі «Урядова політика щодо інформаційного століття», яка передбачає всебічний розвиток електронної комерції для забезпечення економічного зростання, розвитку телекомунікаційного ринку країни, впровадження інформації та зв'язку технологій у всіх сферах життя суспільства [47, с. 98].

Характерною особливістю інформаційної політики Великобританії є створення регіональних мереж та супермагістралей для оптимізації та підвищення ефективності регіонального та міжнародного науково-технічного співробітництва. Так, впроваджуються інноваційні технологічні проекти Janet та модифікований SuperJanetIV, які передбачають використання нових технологій, розширення доступу до інформаційних ресурсів у різних мережевих системах, підвищення ефективності досліджень, наукового обміну, розвитку пропускнуєї спроможності мережі [48, с. 97-98].

У той же час Великобританія прийняла Стратегію кібербезпеки, яка визначає значний набір цілей, дій та показників, що відображаються у трьох важливих стовпах:

1. Безпека: уряд посилить власну інформаційну безпеку та співпрацюватиме з промисловістю для захисту британських мереж, даних та систем від кіберзагроз.
2. Утримання: Великобританія посилить можливості правоохоронних органів збільшити вартість кіберзлочинності.
3. Розвиток: Уряд допоможе розвинути критичні можливості Великобританії, включаючи кібернетичні навички, а також зростаючу галузь кібербезпеки в країні, щоб не відставати від кіберзагроз [49].

На підтримку цих цілей Великобританія буде проводити міжнародну політику та вплив, інвестуючи в партнерства, що формують глобальну еволюцію кіберпростору таким чином, що сприяє більш широким економічним інтересам та інтересам безпеки. Великобританія поглиблюватиме існуючі зв'язки з найближчими міжнародними партнерами, визнаючи, що це зміцнює їх колективну безпеку. Вона також розвиватиме відносини з новими партнерами для підвищення рівня кібербезпеки для захисту інтересів Великобританії за кордоном.

Незважаючи на те, що всі частини стратегії добре продумані, існує ряд перспективних підходів, які, безсумнівно, посилять кібербезпеку у Великобританії:

1. Стратегія негайно вводить у життя свою заявлену мету – співпраця з промисловістю.

2. Стратегія спрямована на запобігання та зменшення впливу кібератак на Великобританію, як це відображено в новій програмі активного кіберзахисту. Ці зусилля спрямовані на те, щоб зробити більшу частину мережі Великобританії більш безпечною завдяки автоматизованій профілактиці, захищаючи громадян Великобританії від більшості масштабних кібератак.

3. Стратегія настійно підтримує обмін інформацією в ситуаціях, пов'язаних з кіберзлочинністю. Великобританія переходить до автоматизованого обміну інформацією про кібер-знущання, щоб дозволити організаціям швидко реагувати на відповідну інформацію, що є важливим заходом для підтримки автоматизованої цілі профілактики.

4. Стратегія зосереджена на допомозі підвищити кіберстійкість. Уряд планує працювати з критично важливою національною інфраструктурою. Хоча уряд планує продовжувати практику надання допомоги, інвестуючи в інновації та заохочуючи галузеву волонтерську діяльність, стратегія визнає роль регулювання, зазначаючи, що Великобританія планує використовувати у майбутньому Загальне положення про захист даних (GDPR) для забезпечення стандартів кібербезпеки у всьому світі.

5. У стратегії зазначено, що відповідальність за кібербезпеку в приватному секторі покладається на ради, власників та операторів, а безпека організацій

державного сектору Великобританії покладається на міністрів, секретарів та урядові ради.

6. Стратегія підкреслює, що Великобританія працюватиме на міжнародному рівні. Сполучене Королівство продовжуватиме відігравати важливу роль у зміцненні потенціалу глобальної кібербезпеки та використовувати свій вплив у багатосторонніх організаціях, таких як Європейський Союз та НАТО [50].

Таким чином, метою публічної інформаційної політики у Великобританії є поліпшення умов конкуренції в інформаційній сфері, підвищення ефективності інформаційних послуг та впровадження інформаційних технологій в державне управління.

В даний час контроль за інформаційними даними з боку держав стає дуже важливим. На тлі цього випуску відбуваються інформаційні війни, в яких сама інформація відіграє важливу роль. У той же час саме Великобританія та організація інформаційної безпеки в країні характеризуються певним консерватизмом.

3.2. Російсько-українська війна як чинник впливу на інформаційну політику Великобританії

Напередодні війни Україна, Польща та Велика Британія офіційно започаткували новий тристоронній формат співпраці, який покликаний зміцнювати безпеку та розвивати торгівлю між державами.

Про створення нового тристороннього альянсу офіційно мали оголосити 02 лютого у Києві з приїздом глави МЗС Британії Ліз Трасс. Однак вона захворіла на коронавірус і її візит, як і оголошення нового формату, перенесли.

З ініціативою створення формату, який є частиною стратегії малих альянсів як проактивної зовнішньої політики України, виступив офіційний Київ у жовтні 2021 року.

Новий альянс, розповідав раніше Дмитро Кулеба, ґрунтується не на локальній географії, а на спільних принципах України, Польщі та Британії, прагненні зміцнювати безпеку та розвивати торгівлю і готовності до конкретних дій [51].

У розмові з TRT політолог і економіст Андерс Аслунд заявив, що Великобританія, Польща та Україна залишилися трохи поза західними структурами і мають природний інтерес до співпраці. «Велика Британія компенсує свою відсутність у ЄС дуже активною зовнішньою та оборонною політикою та щасливою підтримкою Польщі та України», – сказав аналітик.

«Польща має погані стосунки з ЄС і США, тому що вона порушує верховенство права в ЄС, водночас відчуває військову загрозу з боку Росії».

Аслунд зазначив, що Київ вдячний за будь-яку підтримку, яку він може отримати зараз. За його словами, є багато прикладів такої співпраці: від альянсу між Францією та Німеччиною, Вишеградської четвірки, Веймарського трикутника (Польща, Німеччина, Франція), Північно-Балтійської вісімки (Данія, Ісландія, Латвія, Литва), Норвегія, Фінляндія, Швеція та Естонія). Отже, поява британсько-польсько-української формули не є дивною, підсумував експерт [52].

З початком війни Велика Британія надає подальшу гуманітарну допомогу для найбільш уразливих верств населення України. Пакет підтримки Великобританії допоможе охопити найбільш уразливих людей, які постраждали від конфлікту в Україні, заявила 05.05.2022 року міністр закордонних справ Ліз Трасс.

Підтверджено 45 мільйонів фунтів стерлінгів британського фінансування для ООН та гуманітарних організацій, що працюють в Україні та регіоні. Підтримка захистить найбільш уразливі верстви населення, у тому числі жінок і дітей, як в Україні, так і тих, хто рятується від конфлікту, подальше медичне обладнання у Великобританії, продукти харчування та іншу невідкладну допомогу, яка буде доставлена в найближчі тижні.

Агенції ООН та благодійні організації, які працюють на місцях, щоб забезпечити турботу, підтримку та захист для тих, хто проживає в Україні та на її кордонах, отримають 45 мільйонів фунтів стерлінгів британського фінансування в рамках більш широкого пакету підтримки.

Повідомляється, що майже 16 мільйонів людей потребують гуманітарної допомоги в Україні. З моменту початку конфлікту до європейських країн прибуло

понад 5 мільйонів біженців, що робить кризу біженців найшвидшою з часів Другої світової війни.

Жінки та діти особливо вразливі до насильства та шкоди. Із 45 мільйонів фунтів стерлінгів 15 мільйонів підуть до Українського гуманітарного фонду ООН UNF, щоб надати негайну допомогу врятувати життя та допомогти подолати сексуальне та гендерне насильство через цільові послуги, юридичну підтримку та кризові умови. Ще 15 мільйонів фунтів стерлінгів підуть до ЮНІСЕФ, дитячого агентства ООН, для фінансування життєво важливих послуг, таких як харчування вагітних жінок та підтримка психічного здоров'я дітей.

За словами міністерки: «Британія стояла пліч-о-пліч з народом України протягом усього цього конфлікту. Як один з найбільших гуманітарних донорів, ми продовжуватимемо дбати про те, щоб ті, хто несе тягар підлої війни Путіна, отримали необхідну допомогу» [53].

Велика Британія продовжує кампанію із розширення санкційного списку проти росії і майже щомісяця додає до нього нові компанії та фізичних осіб. При виході із ЄС країна визнала чинність європейського законодавства про санкції до росії The Russia (Sanctions) (EU Exit) Regulations в повному обсязі та на сьогодні продовжує консультації із європейськими політиками про одночасне запровадження нових обмежень на росію. Слід визнати, що обсяг британських санкцій зараз ширше, ніж європейських. Останнє оновлення відбулося 05.05.2022 року, і на сьогодні список охоплює 1255 осіб та 148 компаній.

Інформаційні приводи навколо війни створюються Британією регулярно, та активно просуваються в інформаційному полі

Світ обійшли кадри прогулянки Володимира Зеленського та Бориса Джонсона вулицями Києва.

Проте більшого інформаційного удару завдали виступи керівників країн в парламентах країни візаві.

Так 09.03.2022 року Зеленський став першим іноземним лідером, який виступив у парламенті Великобританії.

У своїй промові Зеленський порівняв боротьбу України проти російської армії з боротьбою Великобританії під час Другої світової війни. Він згадав слова відомої промови Вінстона Черчилля, який обіцяв боротися «на пляжах, у полях, на вулицях і на пагорбах», перефразувавши її: «Ми будемо битися в лісах, на полях, на узбережжях, у містах і селах, на вулицях, ми будемо битися на пагорбах... І я хочу від себе додати: ми будемо битися на териконах, на березі Кальміуса та Дніпра! І ми не здамося!».

Український президент подякував прем'єр-міністру Великобританії Борису Джонсону за підтримку, втім, закликав посилити санкції проти Москви, визнати Росію державою-терористом та «знайти спосіб зробити безпечним українське небо».

Напередодні виступу стало відомо, що уряд Великобританії має намір припинити імпорту російської нафти та нафтопродуктів до кінця 2022 року. Розглядається також ембарго на постачання російського газу [54].

У відповідь на такий виступ Борис Джонсон мав змогу 03.05.2022 року звернутися до українських парламентарів.

Його виступ містив багато точних формулювань, які відповідають риториці української сторони щодо цього вторгнення:

- «на півдні та сході вашої чудової країни путін продовжує свою гротескну і незаконну кампанію з захоплення та утримання української землі»;
- «і його солдати більше не мають виправдання не знати, що вони роблять»;
- «вони вчиняють військові злочини, і їхні звірства проявляються скрізь, де вони змушені відступати»;
- «кремль робив фундаментальний прорахунок, жахливу помилку»;
- «так звана непереборна сила путінської військової машини розбилася на нерухомий об'єкт українського патріотизму та батьківщини»;
- «ви викрили історичну дурість путіна, гігантську помилку, яку може зробити лише автократ».

У виступі Борис Джонс підкреслює, що Великобританія зробить все можливе, щоб притягнути до відповідальності за військові злочини, що посольство повертається до роботи в Києві, продовжить роботу із десятками країн, допомагаючи

координувати постачання зброї до України, готується до відправки тисячі одиниць зброї багатьох видів, включаючи тепер танки та бронетехніку, найближчими тижнями Великобританія надішле протикорабельні ракети Brimstone та зенітні системи Stormer.

Британія надає бронетехніку для евакуації мирних жителів із зон обстрілу та захисту чиновників, у той час як вони підтримують критичну інфраструктуру.

Прем'єр-міністр оголосив від імені уряду Великобританії новий пакет підтримки на загальну суму 300 мільйонів фунтів стерлінгів, включаючи радары для визначення артилерії, яка бомбардує міста, важкі дрони для забезпечення ваших сил, і тисячі приладів нічного бачення.

Джонсон особистим прикладом долучається до спрямування зброї, фінансування та гуманітарної допомоги в Україну як з Британії, так і інших країн [55].

Тож Британія є активним учасником інформаційного та фінансового фронту на війні з росією. Важливо, що протягом війни дії Британії отримали більш концентрований характер, стало менше дипломатичної демагогії. Борис Джонсон визнав, що сучасні події є наслідком того, що світ не зрозумів, що сталося в 2014 році. І через це слід діяти швидко, як і демонструє Британія своїм партнерам, особливо учасникам альянсу Five Eyes.

Отже, політика Великобританії в галузі інформаційної політики задекларована в національній програмі «Урядова політика щодо інформаційного століття», яка передбачає всебічний розвиток електронної комерції для забезпечення економічного зростання, розвитку телекомунікаційного ринку країни, впровадження інформації та зв'язку технологій у всіх сферах життя суспільства.

Слід зазначити, що характерною особливістю інформаційної політики Великобританії є створення регіональних мереж та супермагістралей для оптимізації та підвищення ефективності регіонального та міжнародного науково-технічного співробітництва.

У той же час Великобританія прийняла Стратегію кібербезпеки, яка визначає значний набір цілей, дій та показників, що відображаються у трьох важливих стовпах, а саме: безпека, утримання; розвиток.

Таким чином, метою публічної інформаційної політики у Великобританії є поліпшення умов конкуренції в інформаційній сфері, підвищення ефективності інформаційних послуг та впровадження інформаційних технологій в державне управління.

Автором доведено, що Британія є активним учасником інформаційного та фінансового фронту на війні з росією. Важливо, що протягом війни дії Британії отримали більш концентрований характер, стало менше дипломатичної демагогії. Борис Джонсон визнав, що сучасні події є наслідком того, що світ не зрозумів, що сталося в 2014 році. І через це слід діяти швидке, як і демонструє Британія своїм партнерам, особливо учасникам альянсу Five Eyes.

ВИСНОВКИ

Загалом, у разі активного розвитку інформаційних технологій потенціал ЗМІ посилюється, що розширює можливості поширення політичних поглядів. Цьому процесу сприяє конституційне право людини на свободу думки та вираження її (думок) за допомогою ЗМІ. Сучасні ЗМІ – це не лише провідник інформації міжнародного рівня, а й самостійний суб'єкт системи міжнародних відносин.

Слід зазначити, що сучасна форма ЗМІ–Інтернет – стала потужною інформаційною зброєю у реалізації політичних інтересів. Реальність показує, що його можливості, особливо соціальних мереж, широко використовуються політичними силами, групами для координації своїх дій на міжнародній політичній арені.

На наш погляд, головним моментом політичного дискурсу ЗМІ все ще є формування суспільної думки та маніпулювання свідомістю людей. У цьому сенсі політичний дискурс ЗМІ детермінований політичним дискурсом влади.

Посилюється роль ЗМІ в інформаційному протистоянні світових політичних сил, у якому спостерігається широка пропаганда ідеологічних, культурних цінностей на формування громадської думки у зручному напрямі. Крім того, прогрес у галузі інформаційних технологій робить ЗМІ швидко доступним соціальним інститутом, спрямованим на висловлення ідей, думок та поглядів щодо всередині та зовнішньополітичних рішень.

Автором визначено, що для створення іміджу держави використовуються різноманітні іміджеві технології, важливе місце серед яких займають комунікаційні, засновані на передачі і сприйнятті інформації. Вони є маніпулятивними, оскільки вносять спотворення в передачу інформації, яка транслюється, таким чином, щоб приховано впливати на масову свідомість. Серед комунікаційних технологій, що застосовуються для створення іміджу держави, можна виділити наступні: використання лінгвістичних прийомів і технік. Також використовуються немовні психологічні механізми впливу на масову свідомість – прийом «трансферу», «занурення в минуле», створення загрози, актуалізація мотивів особистої вигоди, використання рейтингів держав. Вважаємо, що створення та поширення

іміджестворюючої інформації – важливий напрямок роботи із формування сприятливого іміджу держави.

Визначено, що сучасні досягнення Сполученого Королівства у галузі інформаційної політики засновані на масштабній роботі низки інститутів та механізмів. Етапи їхнього становлення безпосередньо пов'язані з ключовими подіями історії країни:

1. У період зі вступу в Першу світову війну і до початку Другої світової (з 1914 р. по 1939 р.) Великобританія випробовує у своїй зовнішній політиці різні інструменти, що стосуються як військової пропаганди, так і більш широкого культурного та інформаційного впливу та просування власних цінностей.

2. Як окремий етап, що вплинув на становлення та розвиток інструментів і механізмів британської «м'якої сили», можна виділити власне період Другої світової війни.

3. Після закінчення Другої світової війни. У 1950-1960 рр. було створено низку урядових комітетів, які досліджували питання, пов'язані з інформаційною та культурною роботою за кордоном, та розробляли рекомендації щодо фінансування, географічних пріоритетів та організації такої діяльності

4. Сучасний період розвитку британської політики «м'якої сили» можна почати відраховувати як з закінчення «холодної війни», тобто початку 1990-х рр., і з пізнішого періоду, що належить до кінця 1990-х гг.

Вважаємо, що технічний прогрес та збільшення доступу до засобів масової інформації, розвиток у попередні роки радіо, телебачення та кінематографа, а до кінця ХХ – початку ХХІ ст. – мережі Інтернет принципово змінили багато підходів до зовнішньої політики країн, і створили безпрецедентні можливості поширення «м'якої сили». Маючи до цього часу значні конкурентні переваги, у тому числі величезний досвід, накопичений у попередні історичні періоди, Великобританія змогла досягти значних успіхів.

З припиненням участі Великобританії у політиці ЄС залишається дія угод щодо свободи пересування товарів, людей, послуг та капіталу, Митного союзу

Європейського Союзу, а також спільного використання кримінальної розвідки та інших питань, є очевидний вплив із наслідками для обох сторін.

Отже, Брекзїт створив цікаву соціологічну картину – він призвів до того, що зросла підтримка ЄС по всій Європі. Опитування за останні три роки показують, що ЄС має найвищу підтримку за останні 35 років. У Великій Британії також спостерігається похваллення підтримки ЄС та невдоволення Брекзїтом, проте це не призвело ще до політичних змін.

У третьому розділі дослідження визначено, що політика Великобританії в галузі інформаційної політики задекларована в національній програмі «Урядова політика щодо інформаційного століття», яка передбачає всебічний розвиток електронної комерції для забезпечення економічного зростання, розвитку телекомунікаційного ринку країни, впровадження інформації та зв'язку технологій у всіх сферах життя суспільства.

Слід зазначити, що характерною особливістю інформаційної політики Великобританії є створення регіональних мереж та супермагістралей для оптимізації та підвищення ефективності регіонального та міжнародного науково-технічного співробітництва.

У той же час Великобританія прийняла Стратегію кібербезпеки, яка визначає значний набір цілей, дій та показників, що відображаються у трьох важливих стовпах, а саме: безпека, утримання; розвиток.

Таким чином, метою публічної інформаційної політики у Великобританії є поліпшення умов конкуренції в інформаційній сфері, підвищення ефективності інформаційних послуг та впровадження інформаційних технологій в державне управління.

Автором доведено, що Британія є активним учасником інформаційного та фінансового фронту на війні з Росією. Важливо, що протягом війни дії Британії отримали більш концентрований характер, стало менше дипломатичної демагогії. Борис Джонсон визнав, що сучасні події є наслідком того, що світ не зрозумів, що сталося в 2014 році. І через це слід діяти швидке, як і демонструє Британія своїм партнерам, особливо учасникам альянсу Five Eyes.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Чухно А. А. Национальные и мировые программы создания информационного общества / А. А. Чухно // Наукове пізнання: методологія та технологія, 2008. – № 10. – С. 94-102.
2. Україна, Польща і Британія створюють новий альянс: офіційно [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.euointegration.com.ua/news/2022/02/17/7134167> (дата звернення 06.05.2022р). – Україна, Польща і Британія створюють новий альянс: офіційно.
3. Рябоконт О. Державна інформаційна політика з формування інформаційного суспільства: зарубіжний досвід / О. Рябоконт // Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського, 2016. – Вип. 43. – С. 97-114.
4. Роль и функции слухов как коммуникативной технологии в организации [Electronic resource]. – Access mode: http://www.studbooks.net/1394684/menedzhment/upravlenie_sluhami_profilaktika_protiv_odeystvie (last access:06.05.22). – Роль и функции слухов как коммуникативной технологии в организации.
5. Ржевська Н. Ф. Комплексне моделювання у прогнозуванні та розробка міжнародних сценаріїв / Н. Ф. Ржевська // Філософія і політологія в контексті сучасної культури. - 2012. - Вип. 4(3). - С. 170-175.
6. Ржевська Н. Ф. Геоінформаційний чинник як механізм трансформації міжнародних конфліктів / Н. Ф. Ржевська // Вісник Донецького національного університету. Серія : Політичні науки. - 2016. - № 1. - С. 43-47
7. Навасартян Л. Г. «Наклеивание ярлыков» как один из приемов манипуляции информацией в СМИ / Л. Г. Навасартян // Известия Саратовского унтиверситета, 2016. – Т. 16. – Вып. 4. – С. 459-463.
8. Мосунова К. В. Управление общественными отношениями / К. В. Мосунова. – Челябинск: Челябинской государственной университет, 2008. – 235 с.

9. Мировые медиагиганты [Electronic resource]. – Access mode: <http://jpgazeta.ru/konflikty-v-smimirovye-mediagiganty> (last access:06.05.22). – Мировые медиагиганты.

10. Миллс Ч. Р. Высокая теория / Ч. Р. Миллс // Структурно-функциональный анализ в современной социологии. М.: ИКСИ АН СССР, 1968. – Вып. 1. – С. 395-424.

11. Маслоу А. Мотивация и личность / Перевод А. М. Татлыбаевой. – Санкт-Петербург: Евразия, 1999. – 480 с.

12. Зеленський – перший іноземний лідер, який виступив у парламенті Великобританії [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.dw.com/uk/zelenskyi-pershyi-inozemnyi-lider-yakyi-vystupyv-u-parlamenti-velykobrytanii/a-61061317> (дата звернення 06.05.2022р). – Зеленський – перший іноземний лідер, який виступив у парламенті Великобританії.

13. Життя після Brexit: Європарламент ратифікував угоду між ЄС і Британією [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-world/3236492-zitta-pisla-brexit-evroparlament-ratifikuuvav-ugodu-miz-es-i-britanieu.html> (дата звернення 06.05.2022р). – Життя після Brexit: Європарламент ратифікував угоду між ЄС і Британією.

14. Жалоба І.В. Дипломатична та консульська служба у вимірі особистості. – Київ, 2016. – 428 с. (С. 390-402.)

15. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномен, механизм, защита. Феноменологическое описание [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.studfiles.net/preview/4430663> (last access:06.05.22). – Психология манипуляции: феномен, механизм, защита. Феноменологическое описание.

16. Давыдов Ю. П. Понятие «жесткой» и «мягкой» силы в теории международных отношений / Ю. П. Давыдов // Международные процессы, 2004. – Т. 2. – № 1.

17. Давыборец Е. Н., Мефодьева С. А., Кулешов В. Е. Коммуникационные технологии создания имиджа государства / Е. Н. Давыборец, С. А. Мефодьева, В. Е. Кулешов // Вестник ЗабГУ, 2018. – Т. 24. – № 5.,– С. 62-70.

18. Давыборец Е. Н. Миф о «страшном враге» как фактор популярности политического лидера / Е. Н. Давыборец // Новая наука: проблемы и перспективы, 2015. – № 6. – С. 35-37.

19. Давыборец Е. Н. Манипуляция сознанием в имидже политического лидера / Е. Н. Давыборец // Омский научный вестник, 2007. – № 5. – С. 105-108.

20. BBC. [Electronic resource]. – Access mode: <http://www.bbc.co.uk/worldservice/history/timeline.shtml> (last access:06.05.22). – BBC.

21. BBC. [Electronic resource]. – Access mode: http://www.bbc.co.uk/worldservice/history/story/2007/02/070122_html_40s.shtml (last access:06.05.22). – BBC.

22. Бениаминова М. В. Основные закономерности развития высшей нервной деятельности [Electronic resource]. – Access mode: <http://www.izbakurnog.ru/vospitanie/item/f00/s00/z0000004/st003.shtml> (last access:06.05.22). – Основные закономерности развития высшей нервной деятельности.

23. Wilkinson, C. A. Necessary Evil? Propaganda, Censorship, and Class in Britain's Ministry of Information, 1939-1941 / C. A. Wilkinson. – Liberated Arts: a journal for undergraduate research, 2015. – Vol. 1. – No. 1. – Article 13.

24. UK provides further humanitarian aid focused on most vulnerable in Ukraine [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.gov.uk/government/news/uk-provides-further-humanitarian-aid-focused-on-most-vulnerable-in-ukraine> (last access: 06.05.22). – UK provides further humanitarian aid focused on most vulnerable in Ukraine.

25. Teffer P. EU agencies: The road to 'douze points' [Electronic resource]. – Access mode: <https://euobserver.com/europe-in-review/139716> (last access: 06.05.22). – EU agencies: The road to 'douze points'.

26. Taylor Ph. The Projection of Britain: British Overseas Publicity and Propaganda, 1919-1939 / Ph. Taylor. – Cambridge: Cambridge University Press, 1981. – 363 p.

27. Taylor P. M. British Propaganda in the Twentieth Century: Selling Democracy / P. M. Taylor. – Edinburgh: Edinburgh University Press, 1999. – P. 7.

28. Siebold S., Abnett K. Feuding EU fails to plug Brexit hole in new budget [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.reuters.com/article/us-eu-budget-idUSKBN20F13X> (last access: 06.05.22). – EU fails to plug Brexit hole in new budget.

29. Redistribution of seats in the European Parliament after Brexit [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.europarl.europa.eu/news/en/press-room/20200130IPR71407/redistribution-of-seats-in-the-european-parliament-after-brexit> (last access: 06.05.22). – Redistribution of seats in the European Parliament after Brexit.

30. Prime Minister Boris Johnson's address to the Ukrainian Parliament: 3 May 2022 [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.gov.uk/government/speeches/prime-minister-boris-johnsons-address-to-the-ukrainian-parliament-3-may-2022> (last access: 06.05.22). – Prime Minister Boris Johnson's address to the Ukrainian Parliament: 3 May 2022.

31. Patel O., Reh C. Brexit: The Consequences for the EU's Political System [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.ucl.ac.uk/european-institute/news/2016/may/brexit-consequences-eus-political-system> (last access: 06.05.22). – Brexit: The Consequences for the EU's Political System.

32. Pacquement F. How Development Assistance from France and the United Kingdom Has Evolved: Fifty Years on from Decolonisation. // International Development Policy. / Revue internationale de politique de développement, 2010. – No 1.

33. O'Carroll L. Rights of UK citizens in EU at risk as member states' legislation not yet in place [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.theguardian.com/politics/2020/jun/30/uk-citizens-rights-eu-at-risk-brexit> (last access: 06.05.22). – Rights of UK citizens in EU at risk as member states' legislation not yet in place.

34. National cyber security strategy 2016-2021 [Electronic resource]. – Access mode: https://www.cipfa.org/~/_media/files/services/ccfc/hm%2520government%2520national%2520cyber%2520security%2520strategy%25202016%25202021.pdf+%&cd=7&hl=ru&ct=clnk&gl=ua (last access: 06.05.22). – National cyber security strategy 2016-2021.

35. Moloney K. Rethinking Public Relations: PR Propaganda and Democracy / K. Moloney. – New York: Routledge, 2006. – P. 61

36. Military trio: Why Britain, Poland, and Ukraine are forming an alliance [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.trtworld.com/magazine/military-trio-why-britain-poland-and-ukraine-are-forming-an-alliance-54413> (last access: 06.05.22). –

Military trio: Why Britain, Poland, and Ukraine are forming an alliance.

37. Lord Plowden. Report of the Committee on Representational Services Overseas, Cmnd. 2276. – London: HMSO, 1964.

38. Lasswell H. D. The Structure and Function of Communication in Society, The communication of Ideas / H. D. Lasswell. – N. Y.: Harper and Brother., 1948.

39. Lancaster C. Foreign aid in the twenty-first century, what purposes? // Foreign aid and foreign policy. Lessons for the next half-century. / eds. Picard L., Groelsema R., Buss T.

40. Ian Hall ‘Building the Global Network?’ The Reform of the Foreign and Commonwealth Office under New Labour. // British journal of politics and international relations. – 2013. – Vol. 15. – P. 228–245. doi: 10.1111/j.1467-856X.2012.00533.x.

41. Henley J. Customers in Europe hit by post-Brexit charges when buying from UK [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.theguardian.com/politics/2021/jan/07/customers-europe-hit-by-post-brexit-charges-buying-from-uk> (last access: 06.05.22). – Customers in Europe hit by post-Brexit charges when buying from UK.

42. Hack K. Selling Empire: The Empire Marketing Board. [Electronic resource]. – Access mode: <http://www.open.edu/openlearn/history-the-arts/history/world-history/selling-empire-the-empire-marketing-board> (last access: 06.05.22). – Selling Empire: The Empire Marketing Board.

43. Greenhalgh L. UK loses space data center to Spain amid post-Brexit security concerns [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.politico.eu/article/uk-loses-space-data-center-to-spain-amid-post-brexit-security-concerns> (last access: 06.05.22). – UK loses space data center to Spain amid post-Brexit security concerns.

44. Grant C. The impact of Brexit on the EU [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.cer.eu/insights/impact-brexit-eu> (last access: 06.05.22). – The impact of Brexit on the EU.

45. Franzén J. Losing hearts and minds in Iraq: Britain, Cold War propaganda and the challenge of communism, 1945–58. *Historical Research*. – 2010. – Vol. 83. – No 222. – Oxford: Blackwell Publishing Ltd. DOI: 10.1111/j.1468-2281.2009.00520.x.
46. EMU [Electronic resource]. – Access mode: <https://knoema.ru/atlas/EMU> (last access:06.05.22). – EMU.
47. Earl of Drogheda. Summary of the Report of the Independent Committee of Enquiry into the Overseas Information Services, Cmd. 9138. – London: HMSO, 1954.
48. Duncan V. Report of the Review Committee on Overseas Representation 1968-1969, Cmnd. 4107. – London: HMSO, 1969.
49. Davyborets E. N. Creating image of american presidents / E. N. Davyborets. – Germany: LAMBERT, 2014. – 177 c.
50. Corse E. A Battle for Neutral Europe: British Cultural Propaganda During the Second World War / E. Corse. – London: Bloomsbury, 2013. – P. 19.
51. Chevening Scholarships [Electronic resource]. – Access mode: <http://www.chevening.org> (last access: 06.05.22). – Chevening Scholarships.
52. Chen R. The Economic Impact of Brexit on UK and EU Trade [Electronic resource]. – Access mode: <https://rchen8.medium.com/the-economic-impact-of-brexit-on-uk-and-eu-trade-464dd090f92e> (last access: 06.05.22). – The Economic Impact of Brexit on UK and EU Trade.
53. Brown R. The Four Paradigms of Public Diplomacy: Building a Framework for Comparative Government External Communications Research / R. Brown. – UK: Institute of Communication Studies. University of Leeds. Leeds, 2012.
54. British Council. [Electronic resource]. – Access mode: <http://www.britishcouncil.org/organisation/history> (last access:06.05.22). – British Council.
55. British Aid-4. Technical Assistance. A factual survey of Britain's aid to overseas development through technical assistance. – London: The Overseas Development Institute, 1964. – 200 p.
56. Beloff M. The Projection of Britain Abroad. *International Affairs* / M. Beloff. – London: Royal Institute of International Affairs, 1965. – Vol. 41. – No. 3 – P. 478-489.

57. Barder O. Reforming Development Assistance: Lessons from the UK Experience. [Electronic resource]. – Access mode: http://www.cgdev.org/files/4371_file_WP_70.pdf (last access:06.05.22). – Reforming Development Assistance: Lessons from the UK Experience.

58. A Global Model: UK's «National Cyber Security Strategy» [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.securityroundtable.org/global-model-uks-national-cyber-securitystrategy> (last access: 06.05.22). – A Global Model: UK's «National Cyber Security Strategy».