

*Осадчук О.**

ІНФОРМАЦІЙНА ПОЛІТИКА КОРОЛІВСТВА ІСПАНІЯ В АЗІЙСЬКО-ТИХООКЕАНСЬКОМУ РЕГІОНІ

Кожна держава в сучасному світі прагне займати гідне положення на світовій політичній арені та мати свій хоча б один регіон впливу. Якщо раніше такої мети можна було досягти як правило лише військовими засобами – захопленням територій та встановленням власного режиму – то сьогодні, в еру новітніх технологій та панування інформації, методи дещо змінились. При умові побудови виваженої, прорахованої до найменших тонкощів, грамотної зовнішньої політики, інформація стає потужним засобом не тільки створення образу країни, а й впливу.

Королівство Іспанія, як одна з найбільших та розвинених країн Європи прагне відновити сьогодні свій вплив на ті регіони світу, з якими її пов'язує історія, мова, культура, а також закріпитися в Азійсько-Тихоокеанському регіоні, розуміючи недостатню поінформованість місцевих жителів про країну та свої реальні можливості розвитку міцних стосунків з найбільшими країнами регіону. Завдяки своїй зацікавленості в результаті та грамотним діям, Іспанія стає яскравим прикладом розробки та втілення стратегії інформаційної політики, досвід якого можуть перейняти інші країни, що мають схожу ситуацію, в тому числі, і Україна.

Під інформаційною політикою розуміють комплекс політичних, правових, економічних, соціально-культурних та організаційних заходів, спрямованих на забезпечення конституційного права громадян на доступ до інформації. Зазвичай довгостроковою стратегічною метою інформаційної політики є забезпечення переходу до нового етапу розвитку країни – побудови демократичного інформаційного суспільства та входження країни до світового інформаційного суспільства. Об'єктами інформаційної політики є друковані засоби ЗМІ, електронні ЗМІ, засоби зв'язку, інформаційне право, інформаційна безпека. Інформаційну політику можна також розглядати як інструмент політичного впливу та засіб досягнення політичних цілей: суб'єкти інформаційної політики здатні за допомогою інформації впливати на свідомість, психіку людей, їх поведінку та діяльність як в інтересах держави та і громадянського суспільства, так і у власних інтересах. Останнім часом інформаційна політика все частіше розглядається саме в останньому з зазначених аспектів, оскільки це саме той інструмент, за допомогою якого держава «просуває» себе на міжнародній арені, створює потрібний імідж як себе, так і певних подій, тримає під контролем певний регіон або державу, здійснює пропаганду, а отже, є важливою складовою зовнішньополітичної діяльності держави.

Частіш за все, планування стратегії інформаційної політики у сфері міжнародних відносин покладається на Міністерство закордонних справ (МЗС) у якості одного з напрямів його діяльності. Інформаційну політику МЗС Іспанії здійснює Головне Управління із зовнішньої комунікації (ГУЗК), який напряму залежить від Міністра. Серед сфер діяльності ГУЗК найважливішими є такі: інформаційна документація та переклади, «вироблення інформації», класифікація інформації, отримання, передача та поширення інформації, ство-

* студентка 4 курсу відділення «міжнародна інформація» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: ас. Запорожець О.Ю.

рення та проведення кампаній з поширення інформації. Окрім того, в структурі МЗСКІ є спеціальні департаменти, так звані «Дома», які координують інформаційну політику держави в кожному з регіонів. Таким чином, на сьогодні Іспанія забезпечена необхідними структурними підрозділами для створення та закріплення бажаного нею іміджу в практично усіх географічних регіонах світу. Останніми роками найбільшу увагу іспанська влада приділяє простору Азійсько-Тихоокеанського регіону, оскільки згідно останнього проведеного опитування всі послы Іспанії в Азійсько-Тихоокеанських країнах погодились з тим, що їх держава не відіграє в регіоні ролі, гідної країни, що є восьмою за економічною потужністю в світі. Для покращення ситуації, спеціальною організацією при МЗС Іспанії – Casa Asia (Азійський Дім) – було розроблено план дій, який включає в себе, окрім стратегій розвитку співробітництва з країнами регіону в галузі економіки, виробництва, туризму, торгівлі, освіти, культури та науки, також і рекомендації щодо покращення іміджу країни, оскільки саме вірно розроблений імідж держави є тим базовим капіталом, завдяки якому можливо забезпечити захист в нещодавно встановлених економічних та зовнішньополітичних відносинах, адже можливість ефективного впливу в значній мірі залежить від образу, з яким асоціюватиметься дана країна.

Згідно розробленої стратегії, інформаційна політика Іспанії в Азійсько-Тихоокеанському регіоні має включати наступні дії: просування іспанської мови та культури, поширення присутності Іспанії у віртуальному просторі Азійського, поширення інформації про туристичну привабливість країни, участь у великих виставках різного спрямування, що проводяться на території азійсько-тихоокеанських країн, підтримка спортивного іміджу країни в рамках кампанії Олімпійських Ігор 2008 року, присутність іспанського телебачення в країнах регіону, поширення впливу інформаційної агенції EFE, покращення ставлення до іноземних партнерів, що ведуть свій бізнес на території Іспанії, полегшення процедури отримання візи для навчання, розповсюдження інформації та просування позитивного іміджу Іспанії завдяки футболу.

Отже, завдяки представленню різносторонніх даних про державу, інформаційна політика Іспанії в Азійсько-Тихоокеанському регіоні дозволить їй створити певне уявлення про країну, поширити свою мову та культуру, посилити економічні та бізнес-зв'язки, підтримати та закріпити імідж туристичної країни та посилити інформаційну присутність через пресу та телебачення. Звернувшись до стратегій та результатів роботи Іспанії, Україна може знайти потрібну для своєї інформаційної політики «базу», на якій залишиться лише побудувати план дій, адаптований для нашої реалії. Для цього потрібні бажання та зацікавленість керівництва країною – все інше: кадри, ідеї, розробки – вже давно є і лише чекає свого часу.