

*Баланик А.\**

## **ДІЯЛЬНІСТЬ АНЖЕЛІНИ ДЖОЛІ ЯК ПОСЛА ДОБРОЇ ВОЛІ ООН КРІЗЬ ПРИЗМУ ТЕОРІЇ ПІАРУ**

Ні для кого не секрет, що ООН займається проблемами всього нашого суспільства, вирішує цілий комплекс завдань – в чомусь краще, в чомусь потребуючи вдосконалення, але чомусь ніхто не відмічає того факту, що головне завдання ООН – зробити так, щоб люди самі були зацікавлені в тому, щоб змінити суспільство на будь-якому рівні – чи то своєму локальному, чи то у державі в цілому, якщо є такі повноваження, чи то навіть вплинути на світову спільноту. Про проблеми СНІДу, нерівноправності жінок в суспільстві люди чують, знають, але не всі прислуховуються і виражають бажання якось посприяти їх вирішенню. Однак, останнім часом, саме діяльність послів доброї волі сприяє поширенню інтересу до того, що оточує нас не тільки в нашому колі захоплень, а й має місце бути в сучасному світі. І, як висновок, практична діяльність такого непопулярного піару приносить свої плоди.

Публікації по темі представлені великим масивом повідомлень інформаційних агентств про пересування Послів доброї волі та Посланців миру країнами світу, їхні зустрічі з державними й громадськими діячами, виступи перед різноманітними аудиторіями тощо. Тобто йдеться про реєстраційно-хронікальні матеріали новинної стрічки без аналітичних узагальнень, які мають розглядатися радше як джерела, ніж література. Дослідницькі публікації по темі стосуються в основному теоретичної й практичної складових такого явища як зв'язки з громадськістю. Доробки цієї літератури знайшли гідне узагальнення в змістовній енциклопедії піару за ред. Роберта Хета та «The Public Relations Handbook» Елісон Текер [1], в ній зокрема автор дає поради як правильно здійснювати піар-кампанії. Ці видання корисні для ознайомлення з загальною інформацією про PR, цікаві з точки зору подання матеріалу та урахування сучасних вимог, але, про послів доброї волі там не йдеться.

У зв'язку з цим, автору вдалось цікавим поєднати цих дві теми і розглянути роботу послів через призму теорії піару. Оскільки формат не дозволяє розглянути широкий спектр питань теми, автор вирішив зосередити увагу на прикладі діяльності Посла доброї волі УВКБ ООН – Анджеліни Джолі через призму теорії піар. Одним з основних методів тут є суспільна діяльність, яка являє собою особливу складову публік рілейшенз, що сприяє формуванню й підтримці зв'язків з державними органами й місцевою громадськістю з метою вплинути на державну політику. «Державними органами» в нашому випадку виступає ООН, «місцевою громадськістю» – міжнародна спільнота, «державною політикою» – визнання державами світу проблеми біженців та готовність допомогти матеріально чи територіально. Окрім держав, цей метод направлений також і на приватних осіб, що в стані здійснити матеріальну допомогу. Не виняток тут і сама Джолі: разом зі своїм чоловіком Бредом Піттом вона пожертвувала 1 мільйон доларів США на допомогу пакистанським біженцям, що покинули свої домівки з причин війни між бойовиками Талібану та військами Коаліції; а сама вона потратила 10,5 мільйонів доларів США на допомогу біженцям [2].

\* студентка 4 курсу відділення «міжнародні відносини» Донецького національного університету  
Науковий керівник: доц. Чарських І.Ю.

Сутність методу управління проблемами зводиться до двох моментів: раннє виявлення проблем, які потенційно можуть впливати на організацію, і стратегічне реагування, метою якого є пом'якшення наслідків, викликаних цими проблемами, або, навпаки, використання цих наслідків до своєї вигоди. В даному випадку проблемою є велика кількість біженців (42 мільйони) [3] та питання про їхню долю - надання житла, необхідних умов для життя та харчування. Поряд із цим вирішення потребує сама проблема біженців: чому вони змушені покидати свої житла та як покласти цьому край. Під стратегічним реагуванням розуміється заклик міжнародної спільноти допомогти біженцям матеріальним шляхом. Публічні виступи – наступний метод PR. Яскравий приклад – виступ Джолі напередодні Всесвітнього дня біженців, де вона закликає, що «нашим обов'язком є переконати увесь світ, що біженців не слід розглядати тільки як тягар. Це люди, яким удалося вижити, і вони можуть використовувати ці якості на службі своїм співтовариствам і країнам, які їх дали притулок» [4].

Активізм в діяльності Джолі проявляється у формі виклику як протесту проти пануючої в суспільстві анархії щодо проблеми біженців. Тут використовуються тактики і стратегії піару, щоб досягнути двох основних цілей: «перша – це вплив на суспільну думку та поведінку з метою виправити ситуацію, яку вони вважають проблематичною. Друга – це створити і підтримати організовані, структуровані та злагоджені зусилля» [5, с.7].

Тобто, як бачимо, від інформованості суспільства та в деякій мірі піару залежить те, як буде проходити політика по визначеним напрямам. Наведені вище приклади використання засобів піару далеко не всі, і їх кількість не обмежується навіть кількома десятками. Але майже всі вони функціонують за схемою: мета, завдання, методи, процес виконання. Тому проаналізувавши що, як і для чого робиться, можна вивести правильну картину функціонування послів, як інституту.

### Література

1. The public relations handbook, 2nd edition/Alison Theaker. – 2004. – 366р.
2. Фотоподборки о звёздах. Анджелина Джоли. – [Доступ здійснено 2010, 29 квітня]. – Доступний з: <http://starpicture.ru/gollivud/andzhelina-dzholi>
3. Беженцы. – [Доступ здійснено 2010, 29 квітня]. – Доступний з: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Беженцы>
4. Всемирный день беженцев: Анджелина Джоли призывает к более глубокому пониманию тяжелого положения беженцев. – [Доступ здійснено 2010, 29 квітня]. – Доступний з: [http://www.unhcr.ru/page\\_events.php?menuid=358&pageid=266](http://www.unhcr.ru/page_events.php?menuid=358&pageid=266)
5. Encyclopedia of public relations / edited by Robert L. Heath. – 2005. – 1067 p.