

МІСЦЕ І РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНОГО ФАКТОРУ У ПРОЦЕСІ РЕАЛІЗАЦІЇ ЗОВНІШНЬОЇ ПОЛІТИКИ

На сучасному етапі історичного розвитку перед Україною комплексно постали проблеми глобальної безпеки, які експерти даної галузі об'єднують за відповідними характеристиками у вісім тематичних блоків: *енергетичний, сировинний, соціальний, інформаційний, технологічний, екологічний, епідемічний і роззброєння*. У сукупності усі ці елементи мають прямий вплив не лише на внутрішню ситуацію в країні, але й визначають вагу і місце країни в глобальній системі міжнародних відносин. Саме з цієї причини надзвичайно важливим є цілеспрямоване, глибоко методологічне вивчення кожного з вищеназваних проблемних питань з визначенням подальших рекомендацій у кожній окремо взятій сфері для вищих керівних органів країни.

Мета даної роботи полягає у максимальній концентрації на одному з життєво важливих елементів успішного розвитку країни, який особливо останнім часом набуває все більшої ваги, а також у виробленні конкретних пропозицій щодо його місця у процесі розвитку та становлення повноцінного громадянського суспільства. Мова йде про інформацію. В да-

НАДЖОС А.І.,
аспірант

Інститут журналістики

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

ний час визначився ряд значних досліджень про роль і місце інформації в забезпеченні національних інтересів суспільства і держави в різноманітних галузях їхньої діяльності. Стало очевидним, що під впливом інформації всі сфери життя одержують нові якості, але одночасно зростає і потенційна уразливість суспільних процесів від інформаційного впливу. Інформація стала чинником, спроможним призвести до великомасштабних аварій, воєнних конфліктів і поразки в них, дезорганізації державного управління, фінансової системи і науки. У цьому зв'язку, інформація стала вважатися стратегічним національним ресурсом, одним із головних багатств держави. Проте спробуємо сконцентрувати увагу на одній із важливих складових загальнодержавної політики – зовнішньополітичній сфері, а також визначити місце і роль інформаційного чинника у процесі ефективної її реалізації.

1.1. Інформація і сфера зовнішньої політики: взаємодія чи протистояння?

Україна існує як незалежна держава вже десятий рік. Однак і до цього часу не було вироблено комплексної, методологічно та історично обґрунтованої групи зовнішньополітичних орієнтирів, що, звичайно, значно гальмує просування та відстоювання національних інтересів за межами власної держави. Фрагментарне, ситуативне, під впливом тимчасових геополітичних обставин визначення зовнішньополітичних пріоритетів негативно позначається на роботі як всього державного апарату, так і допоміжних його елементів, без яких його робота стає малоефективною або взагалі гальмується. Одним із таких елементів є інформаційна підтримка зовнішньополітичної діяльності. Слід зазначити, що питання, пов'язані з інформаційним забезпеченням зовнішньополітичного курсу, неминуче перетинаються з внутрішніми проблемами, які існують в інформаційній галузі в самій Україні. Слабка інтегрованість України у світове інформаційне поле, недостатня кваліфікованість і активність (а часом і цілковита відсутність) її інформаційних служб є причиною того, що на сьогоднішній день *уявлення про Україну формують у світовому інформаційному полі не її власні засоби масової інформації, а провідні ЗМІ та агентства інших держав.* При цьому останні виходять зі своїх власних геополітичних, політичних, військових, економічних та інших інтересів, відстоюючи які за межами власної країни останнім часом стало пріоритетним завданням будь-якого уряду. Отже, внаслідок відсутності потужного українського інформаційного ринку формується спотворений образ України, уявлення про розвиток її зовнішньої та внутрішньої політики, що негативно впливає на міжнародний авторитет нашої держави. Крім того, поки що Україна не може протистояти інформаційно-пропагандистським акціям інших держав, які через пряме вторгнення в українській інформаційний

простір намагаються забезпечити свої політичні та економічні інтереси, що створює реальну загрозу національній безпеці України. Не сприяє покращенню такої несприятливої для національних інтересів України ситуації і те, що закон про "Інформаційний суверенітет та інформаційну безпеку України" знаходиться лише на стадії узгодження між зацікавленими міністерствами та відомствами. Таким чином сукупність вищезгаданих факторів дозволяє зробити висновок: *на сьогоднішній день наша держава перебуває в інформаційній залежності від закордонних інформаційних структур та ЗМІ у справі формування світової громадської думки про Україну*. Як наслідок, органи державної влади України не завжди здатні вчасно протистояти інформаційно-пропагандистським акціям інших держав, які намагаються заволодіти інформаційним простором України або намагаються впливати на український політичний процес, що можна трактувати як пряме втручання у внутрішні справи держави.

Разом з тим, вже доведеним фактом є присутність інформаційного чинника у результативному процесі реалізації внутрішньо- та зовнішньополітичної стратегії розвитку промислово розвинутих країн світу. Особливо активними у контексті залучення інформаційних резервів до здійснення політичного процесу у межах та за межами власної держави є країни так званої групи "ситуативних партнерів", з якими Україна має чітко окреслені економічні та геополітичні інтереси. Достатньо важливою є особливість використання цією групою країн власних внутрішніх інформаційних резервів, з одного боку, та тісна кооперація в інформаційній сфері з іншими країнами, з другого. Усвідомлюючи провідну роль інформаційного фактора, західні країни стали на шлях максимально повного залучення внутрішніх інформаційних резервів до зовнішньополітичної сфери. Так, на даному етапі Україна є об'єктом посиленого інформаційного впливу різних зацікавлених країн – як сусідніх, так і віддалених. Особливо активними у плані інформаційного тиску на Україну є її найближчі сусіди, які мають власні короткострокові та довгострокові геополітичні інтереси у Центрально-Європейському регіоні. Сфера української зовнішньої політики також значно потерпає від того, що мінімально використовуються сучасні стратегії інформаційного впливу на заздалегідь визначений об'єкт (країну, уряд, окремо взяті галузь, інш.) у ході розвитку двосторонніх міждержавних відносин з країнами-партнерами.

1.2. Світова практика залучення внутрішніх інформаційних резервів до реалізації зовнішньополітичного курсу.

Як приклад глибокого, конспіративного залучення власного інформаційного потенціалу до процесу реалізації зовнішньополітичного курсу

розглянемо країну-лідера у виробленні та використанні сучасних інформаційних технологій – США. Аналіз, схематичне виокремлення та характеристика форм проведення американськими друкованими засобами масової інформації антиукраїнських кампаній, які мають місце у сучасній системі двосторонніх українсько-американських відносин, наявно демонструють існування цілої низки прихованих зв'язків всередині американського інформаційно-пропагандистського механізму. Вивчення літератури з даної тематики дозволяє зробити висновок про те, що провідними американськими друкованими засобами масової інформації негласно володіють або мають на них безпосередній вплив крупні промислові і банківські монополії. Проте у даному випадку мову слід вести не стільки про контроль цих структур над ЗМІ, скільки про стале та глибоке залучення інформаційно-пропагандистського механізму до серцевини системи американської влади, що, безперечно забезпечує функціонування цього механізму в інтересах державної влади. Інформаційні монополії, у свою чергу, частково мають вплив та займаються реалізацією не тільки внутрішньополітичного, але й зовнішньополітичного курсу США на міжнародній арені загалом, і в Центральноевропейському регіоні зокрема. Як наголошує А. Ч. Андрунас¹, видавничі синдикати у США пов'язані багатьма зв'язками з комерційними та інвестиційними банками, юридичними фірмами, з промисловими корпораціями і організаціями крупного капіталу, з благодійними фондами та приватними клубами, у вузькому колі яких вирішуються проблеми великої політики. За винятком випадків прямого володіння акціями, ці зв'язки не мають характеру безпосереднього контролю за політичною лінією видань, але у сукупності вони формують ту систему контролю, яка забезпечує функціонування ЗМІ як ланки у лобіюванні інтересів "своїх негласних господарів" як всередині, так і за межами Сполучених Штатів Америки. За оцінками А. Ч. Андрунас, провідні американські газетні монополії мають 35 прямих контрактів з найбільшими банками (через директорати) і 45 – з іншими фінансовими компаніями. Із газетних монополій найширші зв'язки з фінансовими інститутами через директорати має газета "Нью-Йорк таймс". Це лише документально підтверджує репутацію цього видання як найбільш впливового та інформованого органу правлячих кіл країни.

В контексті дослідження щодо залучення американських засобів масової інформації до здійснення зовнішньополітичного курсу США слід наголосити на тому, що зовнішні "інформаційні кампанії" мають складну багатопланову та різноступеневу модель застосування. Інформаційні акції, які заторкують сферу зовнішньої політики і проводяться американськими засобами масової інформації, необхідно розглядати під схематично різноплановим, різнорівневим та достатньо складним кутом зору². Для виокремлення та логічного спостереження за всіма етапами, починаючи від народження, роз-

роблення стратегії та втілення у життя американською пресою інформаційних акцій, ініціатором яких у більшості випадків є американські державні установи – *Держдепартамент, Міністерство оборони, ЦРУ* – розглянемо та дамо коротку характеристику кожному окремому етапу, які у сукупності і складають кінцевий продукт американських друкованих ЗМІ – "інформаційну акцію".

У ході дослідження взаємодії американських друкованих ЗМІ із Держдепартаментом вдалося встановити та фактажно довести існування таких рівнів забезпечення підготовки та практичної реалізації різнотипних інформаційних стратегій: впливу під час вдалих зовнішньополітичних кампаній, що проводяться провідними американськими друкованими засобами інформації:

1. Перший рівень. На початковому етапі проглядаються лише концептуальні, глобалістичні підходи щодо визначення головних векторів розвитку держави, окреслюються перспективні напрямки розвитку американської економіки. При цьому, безумовно, завжди враховуються інтереси великих промислових та банківських корпорацій – основних елементів політичної гри. Результатом глибоких дискусій та науково-експертних досліджень стає так звана стратегія розвитку країни. Вже з огляду на цю стратегію та основні її елементи формується і відповідне ставлення до висвітлення міжнародної проблематики провідними американськими виданнями.

2. Другий рівень. На наступному етапі політична еліта приступає до конкретної реалізації виробленої на першому етапі стратегії, яка набуває практичних обрисів. У даному випадку нас цікавить місце інформаційного чинника у ході продуктивної реалізації стратегії. Скоріш за все, на другому рівні відбувається процес визначення позиції тих чи інших найвпливовіших видань по підтримці, реалізації та забезпеченню вже окресленого зовнішньополітичного та зовнішньоекономічного курсу США. При цьому набуває конкретних обрисів достатньо міцний та впливовий, проте публічно неафішований союз, який складається з керівництва Вашингтонської адміністрації, з одного боку, та керівництва американських фінансових, банківських та промислових корпорацій, з іншого.

3. Третій рівень. Його можна охарактеризувати як локально-практичний, на теренах якого вирішуються реально існуючі проблемні питання, що виникають у процесі безпосередньої реалізації виробленої на першому рівні стратегії розвитку США. Звичайно, необхідно пам'ятати про те, що інтереси великих промислових корпорацій США обов'язково знаходять своє відображення у стратегії розвитку країни. Отже на третьому рівні вищим керівництвом видань – головними редакторами – разом із представниками державних та бізнесових кіл відбувається обмін думками з приводу існуючих у велико-

го бізнесу проблем. Допомога в їх вирішенні – одне з головних завдань роботи американської преси у сфері зовнішньої політики. Таким чином ми підійшли до того, що на даному рівні у відповідності до поставленого практичного проблемного питання конкретно виробляється стратегія, обирається тема, формується необхідний матеріал для проведення зовнішньої інформаційної акції, спрямованої на чітко визначений зовнішній такий об'єкт. Для реалізації поставленої цілі визначаються журналісти (переважно відомі політичні оглядачі), які зможуть реалізувати плани редакції щодо здійснення дезінформаційних акцій, спрямованих проти зовнішнього об'єкту.

4. Четвертий рівень. Практична реалізація планів щодо появи на сторінках газет конкретних матеріалів, які розробляються та втілюються у життя штатними міжнародними оглядачами-аналітиками. Аналіз свідчить, що переважна більшість вже написаних матеріалів не належить власним кореспондентам, які працюють за кордоном, представляючи конкретні видання. План реалізації стратегії втілюють у життя люди, які працюють безпосередньо в американських містах, де розташовані редакції найбільших американських видань. Саме міжнародні оглядачі, часто на основі конфіденційної інформації, зібраної власними кореспондентами на місцях, а також на основі отриманої з різних джерел – Посольств США, Держдепартаменту, Міністерства оборони – інформації на остаточному етапі реалізують плани, які були вироблені учасниками першого та другого рівнів.

Про безумовне існування контролю з боку держави (у широкому розумінні цього слова) над процесами, що відбуваються у ЗМІ, частково може свідчити монополія держави на конфіденційну інформацію зокрема, і на зовнішньополітичну інформацією, загалом. За словами Грегорі Нокса, колишнього кореспондента інформаційного агентства "Ассошіейтед прес" (Simon Serfaty, "Mass media and foreign policy", NY, 1996), вашингтонська адміністрація домінує у розкладі національних засобів масової інформації. Зокрема, на думку Г.Нокса, саме представники президентської Адміністрації визначають, коли яка подія повинна стати новиною, і як довго ця подія буде нею залишатися. Так, про втручання і особливий інтерес американської політичної еліти до висвітлення американською пресою зовнішньоекономічної тематики знову таки може свідчити ситуація, що склалася навколо Косово, і яка розвивалась і досягла свого апогею у середині 1999 року. Як засвідчують результати аналізу публікацій у провідних американських друкованих ЗМІ на дану тематику, що з'являлись напередодні виникнення військового конфлікту у Косово, американською пресою, з подачі представників Адміністрації, велася активна інформаційна артпідготовка, мета якої полягала у наступному:

- створити в американській і світовій громадськості вороже ставлення до режиму Мілошевича;

- *переконати європейські країни у необхідності і безальтернативності військового шляху розв'язання конфлікту;*
- *розпочати цей конфлікт.*

У цьому процесі саме американській пресі і телебаченню було відведено ключові місця. І вони чітко спрацювали, не залишаючи жодних сумнівів щодо потуги та реального впливу американської преси на європейські політичні та економічні процеси. Як зазначає все той же Г.Нокс, міжнародні новини часто стають новинами у США особливо тоді, коли вони безпосередньо або навіть опосередковано зачіпають власне американські інтереси. У випадку з Косово співпадіння було майже стовідсотковим.

Цікавим, на наш погляд, є також й інший факт. На підтвердження тези щодо впливу уряду на пресу, яка висвітлює зовнішньополітичну тематику, говорить те, що велика кількість авторів, які пишуть у провідні американські газети (такі як "Нью-Йорк таймс", "Вашингтон пост", інш.), не є журналістами у класичному розумінні цього слова. Більшість із цих авторів – і це переважно автори зовнішньополітичної спрямованості – працюють у державних установах Сполучених Штатів. Так, наприклад, Лесі Гел, який пише на тему національної безпеки до газети "Нью-Йорк таймс" працює в Державному департаменті і в Капітолії. Інший автор Вільям Бігер, який друкується у "Бостон глоуб", працює в Міністерстві оборони США.

1.3. Висновки для України

Вищевикладений аналіз новітньої ситуації у визначеній нами сфері дозволяє стверджувати, що наприкінці другого тисячоліття Україна як незалежна держава в контексті реалізації одного з пріоритетних напрямків стратегічного розвитку – Північноамериканського – зіткнулася з дуже серйозними і до цього часу їй невідомими силами – силами інформаційного лобіювання зовнішньополітичних цілей. Дослідження ролі і місця друківаних американських ЗМІ в системі реалізації Вашингтоном своєї експансіоністської зовнішньополітичної стратегії по відношенню до України повинно зайняти чільне місце і становити постійний інтерес для українських дослідників. Адже розуміючи мотиви співпраці та природу походження взаємодії американської преси з державними та фінансовими установами можна навчитись ефективно запобігати об'єктивно не вигідним і шкідливим для України публічним, узгодженим багатьма чинниками крокам американських політиків.

Використовуючи вже існуючі напрацювання у галузі реалізації власної інформаційної стратегії, слід наголосити, що для проведення відповідної інформаційної роботи в Україні, крім всього іншого, існує необхідна для

цього нормативна база. Так, зокрема, в "Концепції національної безпеки України", схваленої Верховною Радою 16 січня 1997 року, її п.3 "Загрози національній безпеці України" задекларовано існування можливих зовнішніх загроз національній безпеці України в інформаційній сфері, які характеризуються наступними основними ознаками³:

- невиваженість державної політики та відсутність необхідної інфраструктури в інформаційній сфері;
- повільність входження України в світовий інформаційний простір, брак у міжнародного співтовариства об'єктивного уявлення про Україну;
- інформаційна експансія з боку інших зацікавлених держав;
- витік інформації, яка становить державну та іншу, передбачену законом, таємницю, а також конфіденційної інформації, що є власністю держави.

Для запобігання цим загрозам можуть бути здійснені кроки, передбачені у п.4 "Основних напрямків державної політики національної безпеки України". Такі кроки, зокрема, передбачають:

- вжиття комплексних заходів щодо захисту свого інформаційного простору та входження України в світовий інформаційний простір;
- виявлення та усунення причин інформаційної дискримінації України;
- усунення негативних чинників порушення інформаційного простору, інформаційної експансії з боку інших країн;
- розробка і впровадження необхідних засобів та режимів отримання, зберігання, поширення і використання суспільно значущої інформації, створення розширеної інфраструктури в інформаційній сфері.

Проте, такі надто загальні визначення подальших дій у цій сфері навряд чи допоможуть створенню механізму ефективної протидії інформаційному впливові зарубіжних країн на українську внутрішню та зовнішню політику. Єдиний шлях для цього – вироблення загальнонаціональної стратегії розвитку інформаційної сфери, яка б враховувала як накопичений зарубіжний досвід, так і концептуальні розробки кожної окремо взятої державної структури, яка зацікавлена у кінцевому результаті – вдалій реалізації осмисленої української зовнішньої політики.

ПОСИЛАННЯ.

- ¹ Андрунас А.И. Бизнес и пропаганда. – М., 1986.
- ² Див.: Слісаренко І. Мас-медіа і міжнародні процеси. – К., 1999; Іванов В. Політика і мас-медіа як вагомні сили суспільного розвитку. – К., 2000; Simon Serfaty. Mass-media and foreign policy. – N.Y., 1996.
- ³ Концепція національної безпеки України. – РНБОУ. – К., 1997.