



УДК 94:327

ІНФОРМАЦІЙНО- КОМУНІКАЦІЙНИЙ ВИМІР ДИПЛОМАТІЇ ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ

ВОЛОВИК Д.В.,
здобувач
Дипломатичної
академії України
при Міністерстві
закордонних справ
України

У статті аналізується інформаційно-комунікаційний аспект дипломатичної діяльності. Особливу увагу акцентовано на ефективності засобів масової інформації як дипломатичного інструментарію сучасної держави. Охарактеризовано три основні моделі використання медіа у сфері зовнішньої політики: публічна дипломатія, медіа дипломатія, медіа-посередницька дипломатія.

Ключові слова: зовнішня політика, дипломатія, публічна дипломатія, медіа дипломатія, медіа-посередницька дипломатія, інформаційний простір.

Комунікація є надзвичайно важливим елементом сучасної дипломатії. Якщо вдуматись в самий термін – «комунікація», дане твердження можна продовжити – ... і завжди таким важливим елементом була. Інформація, її збір, аналіз, передача та поширення – все це завжди було серед основних задач кожного дипломата. Проте *традиційна дипломатія* також залишалась високоформальною, інституціональною, повільною та супроводжувалась, до певної міри, тасмнічістю. Важливим моментом в трансформації дипломатії, або, якщо точніше, переходу від традиційної дипломатії до, так званої, *дипломатії нового часу* стала промова Президента США Вудро Вільсона «Чотирнадцять пунктів» 1918 року, в якій першим пунктом були такі слова: «*Відкриті мирні договори, відкриті обговорення, після яких не буде ніяких таємних міжнародних угод будь-якого роду, а дипломатія завжди буде діяти відверто на очах у всіх*»¹.

Почалася ера *нової дипломатії*. Нова дипломатія характеризувалася двома важливими елементами – відкритість засобам масової інформації та врахування громадської думки².

Ряд вчених-дослідників вважають, що саме увага медіа до дипломатії спричинили або були каталізаторами революційних змін.

Продовжуючи думку, варто зазначити, що з розвитком самих процесів та оперативності передачі необхідної інформації, швидкість її аналізу, в рази підвищило ефективність прийняття рішень в зовнішній політиці. Зазначені фактори також підвищили важливість і роль громадської думки та відповідно її впливу на прийняття політиками зовнішньополітичних рішень. Жюль Камбон, колишній Посол Франції в США, сказав наступне «... прискорена комунікація, преса та демократична необережність повалили «стару дипломатію»³. Його думку, в 90-х роках продовжив відомий американський дипломат Збігнев Бжезинський, зауваживши: «якщо б міністерства закордонних справ та посольства не існували до цього часу, не було б жодної потреби їх винаходити»⁴.

Важливість вищезазначеного підтверджується ґрунтовними науковими дослідженнями про вплив комунікації та медіа на трансформації, які відбуваються в процесах формування зовнішньої політики держави як такої та, власне, на саму дипломатію.

Відомий американський соціолог В. Філіпс Девісон (W. Phillips Davison) у 70-х роках ХХ сторіччя здійснив ґрунтовне дослідження щодо впливу медіа на міжнародні дипломатичні переговори. Результати його роботи були опубліковані в журналі *Public Opinion Quarterly* під назвою «ЗМІ та міжнародні переговори» («News Media and International Negotiations» *POQ*, 38: 174-191⁵). Провівши ряд інтерв'ю з дипломатами та журналістами у США та Західній Європі Девісон визначив, що ЗМІ відіграють критичну роль у дипломатії, а саме: «... преса служить очима і вухами дипломатії. Дипломатичні доповіді, аналізи та національні розвідувальні служби відіграють важливу допоміжну роль, але більша частина інформації, що досягає уряду про події у світі передається через кабелі, газети, новини журналів, радіо і телебачення. Крім того, повідомлення засобів масової інформації виходять на перший план; додаткову інформація по дипломатичних або розвідувальним каналах надходять за декілька годин, днів або навіть тижнів. Більша частина інформації, що надходить через

офіційні канали на початковому етапі подається з преси в будь-якому випадку» (Девісон 1974: 177).

Понад сорок років потому, нові комунікаційні технології, такі як інтернет, мобільні телефони, а останнім часом соціальні медіа та інтернет платформи – особливо соціальні мережі такі, як Twitter або Facebook, розглядаються багатьма як рушії революційних змін у суспільстві. Якщо швидкість, з якою інформація передається сьогодні вже не може критично змінюватись або впливати на ті чи інші процеси, то поширення інформації, її цифровий обмін на різних платформах, простота зберігання, можливість спілкування за низькою вартістю, або взагалі безкоштовно, з широкими аудиторіями, нівелиуючи всілякі кордони та географічні обмеження, безпосередньо переформатовують саму суть соціальних комунікацій та політичних процесів. Відмінність між внутрішньою та міжнародною політикою все частіше стає розмитотою.

Більшість політиків і журналістів припускають, що революційні зміни в політиці та в комунікаціях, які відбувалися майже паралельно, створили нову медіа-домінуючу систему державного управління. Девід Герген, відомий у США політичний коментатор, назвав таку систему «теледемократія», хоча в літературі можна зустріти й іншу назву – «медіалізм».

Деякі з дослідників припустили, що така трансформація впливовості медіа створила новий феномен у міжнародних відносинах, який називається «Ефект CNN» – коли, особливо під час гуманітарної інтервенції, офіційні особи втрачають контроль у прийнятті рішень, поступаючись світовим телеканалам у можливості впливу на ситуацію.

Такі фундаментальні зміни дали можливість сформувати три основні моделі використання медіа в сфері зовнішньої політики:

– *публічна дипломатія* – коли державні та недержавні актори використовують ЗМІ та інші комунікаційні канали для впливу на громадську думку в іноземному суспільстві

– *медіа дипломатія* – коли офіційні особи використовують ЗМІ для комунікації з акторами у вирішенні конфліктних ситуацій

– *медіа-посередницька дипломатія* – коли журналісти тимчасово виступають в ролі дипломатів і стають посередниками в міжнародних переговорах.

Головна ідея публічної дипломатії – пряма комунікація з іноземною аудиторією з метою впливу на їх думку та розуміння тієї чи іншої ситуації, що,

в свою чергу, матиме прямий вплив безпосередньо на політичні еліти тієї чи іншої країни. Засоби масової інформації, міжнародне телебачення зокрема – лише деякі з каналів, що використовує публічна дипломатія. Серед інших каналів можна назвати культурні та наукові обміни студентів, митців, вчених; участь у фестивалях та виставках, тощо. Канали ЗМІ варто використовувати у разі необхідності ефекту формування позиції з того чи іншого питання у загальної публіки і навпаки – для впливу на елітну аудиторію краще використовувати культурні канали.

Крім того необхідно розділяти ефект від використання двох вищезазначених каналів. Коли ми говоримо про ЗМІ, то перш за все маємо на увазі короткостроковий ефект, який необхідно застосувати сьогодні і зараз. Культурні канали вибудовують фундаментальне та довгострокове відношення до країни чи суспільства.

Тонка грань між публічною дипломатією та медіа дипломатією робить останню заручницею правильної інтерпретації відмінностей між двома, яка часто дається не зовсім коректно. Пояснюючи відмінність між двома моделями, найкраще визначення дав відомий дослідник медіа дипломатії Йоел Коен: «медіа дипломатія включає всі аспекти шляхів залучення ЗМІ публічною дипломатією, але має в собі й інші аспекти, такі як посилення сигналу політикам, використовуючи ЗМІ, а також використання ЗМІ як ресурсу інформації для внутрішніх цілей»⁶.

У цьому контексті доцільно навести приклад щодо впливу медіа на дипломатію відомого дослідника Ейтана Гільбоа: «Використовуючи приклад залучення двох моделей дипломатії у вирішення конфліктної ситуації, можна чітко впізнати фундаментальну різницю між ними. Публічна дипломатія використовується, коли сторони перебувають в конфронтації для пропагандистських цілей, в той час як медіа дипломатія починає використовуватись лише тоді, коли обидві сторони готові до примирення і шукають шляхи до проведення переговорів та укладання угод»⁷. Таким чином, зрозуміло, що не дивлячись на використання тих самих інструментів комунікації, обидві моделі, по суті, мають різні цілі.

Остання модель, яку варто згадати, це медіа-посередницька дипломатія. Зазначена модель надзвичайно близька до медіа дипломатії. Визначення дає нам пояснення медіа посередницької дипломатії як такої, проте не дає чітких пояснень від-

мінності від медіа дипломатії. Найкраще, на мій погляд, визначення зазначеній моделі наводить Гільбоа: «Під медіа-посередницькою дипломатією, перш за все, мається на увазі неофіційна роль, яку беруть на себе журналісти, у вирішенні конфліктної ситуації на перед-переговорному етапі». Таким чином стає зрозумілою відмінність між двома моделями, що полягає, насамперед, у діях. У медіа дипломатії ЗМІ використовуються як канал передачі рішень та пропозицій державних діячів (або сторони, залученої в конфлікт), в той час як в медіа посередницькій дипломатії, журналіст бере на себе роль дипломата, ініціюючи та виконуючи конкретні дипломатичні кроки. Наприклад журналісти, беручи інтерв'ю у політичного лідера, який з тих чи інших політичних причин не є доступним для дипломатів, можуть виступати в ролі дипломатів. Проте, в даному прикладі, потрібно бути дуже обережним з визначеннями, адже якщо інтерв'ю проводиться з метою впливу на громадську думку в іншій країні, це є публічна дипломатія⁸. У разі якщо метою є передача інформації, спрямована на конкретних лідерів іншої сторони конфлікту, то маємо медіа дипломатію. Так, необхідно підкреслити, що медіа посередницька дипломатія несе в собі процес неофіційного посередництва в переговорах, їх умовах та термінах.

Такими є три основні моделі використання медіа, як інструментів у дипломатії та міжнародних переговорах. Кожна з моделей є надзвичайно ефективною у досягненні цілей при правильному розумінні та використанні.

Повертаючись до вищезгаданого Ефекту CNN, варто зазначити, що це ще один надзвичайно важливий елемент, який вплинув на процес трансформування дипломатії під дією інформаційного прогресу. Фактично Ефект CNN – це здатність глобальних телемереж впливати на політичні та дипломатичні рішення та навіть змінювати хід подій.

Зазначений термін почали використовувати медіа аналітики після війни в Перській затоці 1991 року, коли ефір CNN служив засобом комунікації між урядами США та Іраку, і резонанс у колах міжнародної громадськості від показу війни в реальному часі був величезний.

Сьогодні цей термін стали відносити не тільки до CNN, а й до інших міжнародних телеканалів. Ефект Al-Jazeera зумовлений найважливішою роллю телеканалу Al-Jazeera як пан-арабської телемережі, що виконує місію сполучника ЗМІ між арабським світом і арабськими діаспорами, які мешка-

ють в Європі та Північній Америці, а також поставляє ексклюзивну інформацію для західної аудиторії, що, в свою чергу, значно розширює уявлення про погляди на події і проблеми арабського Сходу.

Ефект CNN широко обговорюється дослідниками ЗМІ, дискусія про силу впливу глобального телебачення йде в наукових і журналістських колах. Деякі аналітики виступають прихильниками ефективності телемереж у міжнародній політиці, інші вважають Ефект CNN не більше ніж міфом. Істина, скоріш за все, знаходиться по середині. Не можна заперечувати очевидне: телеобрази, трансльовані на весь світ, потужно впливають на світову аудиторію, включаючи її елітні кола. Під впливом цих образів коригуються рішення світової еліти, що не може не використовуватись як інструмент зовнішньої політики.

Підсумовуючи, варто зазначити, що у вік активного розвитку інформаційних технологій достатньо виключити медіа зі списку інструментів дипломатії, і це моментально матиме драматичний ефект на всіх напрямках роботи. Медіа, загалом, дозволили новим учасникам долучатись до зовнішньополітичних процесів, що, в свою чергу, надало можливість отримувати постійно обновлювану та доступну інформацію для дипломатів та політичних діячів.

Інформаційна сфера, замість того щоб функціонувати як незалежний актор, трансформувала дипломатію, надаючи політичним лідерам та рядовим дипломатичним співробітникам нові інструменти для використання в роботі.

ПОСИЛАННЯ:

¹ «President Wilson's Fourteen Points» from the World War I Document Archive [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://wwi.lib.byu.edu/index.php/President_Wilson's_Fourteen_Points.

² Ціватий В.Г. Дипломатія і підготовка дипломата XXI століття: традиції, інновації, моделі / В.Г. Ціватий // Науковий вісник Дипломатичної академії України. – К., 2004. – Вип. 10. – Ч. I. – С. 11-31.

³ Royce J. Ammon (2001) «Global Television and the Shaping of World Politics: CNN, Telediplomacy, and Foreign Policy», McFarland, p. 49.

⁴ Ben Fong «Didn't you get the memo?»: Changing Discourses of Diplomacy in the Age of Information. Volume XVIII, No. 3: Winter 2010.

⁵ News Media and International Negotiation [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pq.oxfordjournals.org/content/38/2/174.abstract>.

⁶ Yoel Cohen «Media Diplomacy: The Foreign Office in the Mass Communications Age», 1986, Routledge, p. 197.

⁷ Eytan Gilboa «Media Diplomacy Conceptual Divergence and Applications». The International Journal of Press/Politics June 1998 vol. 3 no. 3, pp. 56-75.

⁸ Ціватий В.Г. Публічна та культурна дипломатія Республіки Польща XXI століття: інституційний аспект / В.Г. Ціватий // Зовнішні справи. – К., 2012. – № 11. – С. 50-55.

Volovyk D.V. Information and communication dimension of diplomacy of the beginning of the XXI century / Diplomatic Academy of Ukraine, Ministry of Foreign Affairs of Ukraine.

The article analyzes the information and communication aspects of diplomatic activity. Particular attention is paid to the efficiency of the mass media as a diplomatic tool of the modern state. The author describes the three main models of use of mass media in foreign policy: public diplomacy, media diplomacy, media-broker diplomacy.

Keywords: foreign policy, diplomacy, public diplomacy, media diplomacy, media-broker diplomacy, information space.

Воловик Д.В. Информационно-коммуникационное измерение дипломатии начала XXI века / Дипломатическая академия Украины при Министерстве иностранных дел Украины.

В статье анализируется информационно-коммуникационный аспект дипломатической деятельности. Особое внимание акцентировано на эффективности средств массовой информации в качестве дипломатического инструментария современного государства. Охарактеризованы три основные модели использования медиа в сфере внешней политики: публичная дипломатия, медиа дипломатия, медиа-посредническая дипломатия.

Ключевые слова: внешняя политика, дипломатия, публичная дипломатия, медиа дипломатия, медиа-посредническая дипломатия, информационное пространство.

Стаття надійшла до редколегії 01.11.2013

Прийнята до друку 22.11.2013