УДК 327:004

TWITTER-ДИПЛОМАТІЯ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ

Ірина Харечко

Львівський національний університет імені Івана Франка,
філософський факультет, кафедра теорії та історії політичної науки,
вул. Університетська 1, 79000, Львів, Україна
e-mail: filos_polit_nauk@ukr.net

Розглянуто ґенезу виникнення поняття «Twitter-дипломатія». З'ясовано, що це явище передбачає комунікацію та взаємодію керівництва держави, дипломатів, політиків між собою, із громадянами своєї країни та міжнародною спільнотою через мережу Twitter.Як визначено, соціальні мережі сприяють ефективнішому обмінові думками між політиками та громадянським суспільством, підвищують здатність дипломатів збирати інформацію, аналізувати, прогнозувати, управляти і реагувати на події.

Ключові слова: соціальна мережа, Twitter, «Twitter-дипломатія», традиційна дипломатія, «Twitter-війна».

Дослідження впливу Інтернету та соціальних мереж – важливий елемент науково-теоретичного обґрунтування впровадження концепції електронної демократії в Україні. Ця проблематика охоплює сферу не лише внутрішньої інформаційно-комунікаційної взаємодії влади і суспільства, а й механізми дипломатичної співпраці, міжнародної пропаганди та зовнішнього піару. Хоча досліджуване явище стало політичною реальністю у західних державах, в Україні його вивчає незначна кількість науковців (Л. Літра, Ю. Кононенко та ін.).

Мета статті – з'ясувати сутність і ґенезу виникнення поняття «Twitter-дипломатії», визначити особливості трансформації традиційної дипломатичної діяльності під впливом використання соціальних мереж, у тому числі Twitter, проаналізувати практику використання механізму «Twitter-дипломатії» зарубіжними політиками та дипломатами.

За останні кілька років посольства у всьому світі стабільно передбачають застосування соціальних медіа в їхніх комунікаційних стратегіях, зокрема для налагодження контакту із жителями тих країн, де вони працюють. Хоча такий тип цифрової взаємодії став основою сучасної дипломатії, але все ще пріоритетними джерелами отримання інформації для посольства залишаються традиційні ЗМІ. Twitter – лише один із багатьох засобів, якими дипломати послуговуються для спілкування у політичних цілях із громадянами приймаючої країни [7]. Так, соціальна мережа Twitter стала новим способом спілкування зі світовими лідерами та каналом їхньої комунікації між собою. Це явище отримало назву «Twitter-дипломатія», або «Twiпломатія» [6]. Воно виникло у вигляді реакції традиційної публічної дипломатії на революцію, спричинену соціальними медіа [3]. Використання соціальної мережі й сайту мікроблогів Twitterг лавами держав, міністрами закордонних справ, дипломатами та іншими політичними гравцями належить до далекосяжних і ефективних альтернатив здійснення дипломатичної діяльності. Twitter допомагає їм спілкуватися та налагоджувати

© Харечко І., 2015

особистий контакт із дуже широкою аудиторією, молоддю, журналістами, що в реальному житті фізично неможливо[15].

Популярність і високий рівень застосування (станом на квітень2014 р. до мережі Twitter приєдналися 241 млн активних користувачів у всьому світі [18]) зумовлені функціональністю сайту. Це робить його відмінним інструментом для соціальної звітності. Тут можна поділитися короткою інформацією про події чи заходи(Twitter-повідомлення становлять не більше 140символів), розмістити посилання на веб-ресурс, відстежувати коментарі інших користувачів з приводу конкретних подій, висловлювань політиків і под. [14].

Twitter дає змогу, по-перше, главам держав, урядів, міністрам закордонних справ транслювати інформацію про повсякденну діяльність постійно зростаючій Інтернет-аудиторії та почути думки, зауваження, пропозиції світової спільноти; по-друге, громадянам, журналістам отримати безпосередній доступ до політичних лідерів. Кожен бажаючий може надіслати @запитання політикові на Twitter. Експерт зі соціальних медіа та засновник блогу «PaidContent» Р. Алі стверджує: Twitter сприяє поширенню інформації у світі про внутрішньодержавні події, формуючи їхнє висвітлення західними ЗМІ. Як зазначив колишній старший радник держсекретаря США А. Дж. Росс, використання соціальних медіа-каналів є можливістю для країни «стрибнути вище голови» [16].

Дослідження 2013 р. виявили, що 153 з 193 країн, представлених в ООН, зареєстровані на веб-сайті Twitter і мають офіційні аккаунт-сторінки [17]. Тут також виявлено, що 505 світових лідерів та їхніх міністрів закордонних справ представлені у Twitter [17]. Тому нині простежується тенденція активного приєднання керівництва держав та урядів до цієї соціальної мережі, котрі прагнуть посісти належне місце на цифровій карті світу, бути почутими глобальною спільнотою й отримати новітній канал доступу до колег у всьому світі [16].

Колишній міністр закордонних справ Італії Дж. Терзі констатував, що соціальні медіа роблять процес формування міжнародної політики прозорішим та відкритішим для світової аудиторії, розкриваючи ключових гравців та їхню роль у цьому процесі, одночасно даючи змогу урядам миттєво контактувати із глобальною спільнотою. Twitter має два позитивних аспекти впливу на зовнішню політику: 1) сприяє корисному обмінові думками між політиками й громадянським суспільством; 2) підвищує здатність дипломатів збирати інформацію, аналізувати, прогнозувати, управляти та реагувати на події [13].

Twitter застосовують у різноманітних і епізодичних ситуаціях під час дипломатичної комунікації – від дружніх заяв про двостороннє співробітництво до скупих обмінів ввічливістю та дипломатичних «шпильок», а також для випадковіших повідомлень [8].

Спілкування зі світовою спільнотою через мережу Twitter може зумовити й негативні наслідки для політичних лідерів і дипломатів. На початку 2014 р. президент Ірану Х. Роухані вирішив видалити суперечливий твіт, який привернув багато уваги ЗМІ. У повідомленні йшлося, що відносини зі світом ґрунтуються на національних інтересах Ірану. Доказом цього, на думку іранського президента, постає Женевська тимчасова угода про ядерну енергетичну програму країни, яка підтверджує: світ «здався на волю іранського народу» [9]. Загалом приклад лідера Ірану засвідчує, наскільки важливу роль почали відігравати соціальні мережі й Twitter зокрема у міжнародних відносинах: коли хочеш донести позицію світовій спільноті, без соцмереж це зробити буде значно важче.

Х. Рухані став президентом Ірану влітку 2013 р. Його називають політиком помірних поглядів, що відображено і в його мікроблозі. Так, коли на відміну від попередників, відомих антиізраїльською й антисемітською риторикою, у вересні 2013 р. Х. Рухані у твіттері привітав євреїв зі святом Рошха-Шана, що знаменує настання року за традиційним єврейським календарем. Твіттер @HassanRouhani ведеться по-англійськи і розрахований на іноземну аудиторію, оскільки для жителів Ірану доступ до Twitter, Facebook та інших іноземних сервісів заблокований. У мікроблозі Х. Рухані щодня публікуються десятки твітів. Усього з моменту появи аккаунта (весна 2013 р.) у ньому з'явилося майже 2,5 тис. записів. На твіттер Рухані підписані понад 170 тис. користувачів [1].

Завдяки соціальним медіа дипломат потрапляє у якісно новий вимір, отримуючи канал доступу до зовнішнього світу – і для взаємодії з ним, і аби його почути. Профіль диппредставника у соціальній мережі – це спосіб спілкування і з журналістами також, що дає змогу їм оперативно отримати інформацію, коментарі, спростування, домовитися про інтерв'ю [3]. Twitter – часто першоджерело отримання останніх новин та думок громадянського суспільства з цього приводу. Також, на думку датського дипломата у Великобританії К.Мельхіор, цей канал комунікації сприяє оперативному реагуванню з боку дипмісії на журналістські публікації про її країну та допомагає спілкуватися з представникам мас-медіа в режимі, який би був неможливим у реальності [3].

В окремих країнах публічна дипломатія через соціальні медіа стосується переважно недискусійних питань. Прикладом слугує китайська версія мережі Twitter– «Weibo», де посольство Канади розміщує в середньому 20-30повідомленьна тиждень, котрі охоплюють широку палітру китайсько-канадських відносин: отримання візи; процедура імміграції; підвищення конкурентності бізнесу; дискусії про їжу; інформація про навчання в Канаді; канадські способи вимірювання забруднення повітря і под. Такі події цікавить відвідувачів Weibo-аккаунту канадського посольства в Китаї і вони жваво їх обговорюють (понад 1 тис. коментарів кожного тижня) [2]. Хоча диппредставники заохочують та підтримують обговорення у мережі Weibo актуальних політичних, соціальних тем, проте «Twiпломатія» (або «Weiпломатія» [2]) у Китаї дуже рідко стосується сфери двосторонніх дипломатичних відносин, публічної політики чи міжнародних проблем. Це можна обґрунтувати тим, що китайське середовище соціальних медіа – унікальне з огляду на політичну систему та процеси в країні. На відміну від західних держав, де соціальні медіа часто є майданчиком безцільних обговорень та засобом поширення безглуздих чуток, а традиційні ЗМІ вважаються надійнішими джерелами інформації, у Китаї спостерігаємо протилежні тенденції. Радіо, телебачення, газети – це державні засоби масової інформації, тобто «рупори» комуністичної пропаганди, тому висвітлення подій не відбувається об'єктивно та в повному обсязі. Для отримання більш-менш справжніх відомостей, відмінних від офіційної версії, велика кількість китайців звертаються до соціальних мереж, намагаючись подолати тотальний контроль держави над мас-медіа та гомогенність інформаційного простору країни [2].

Важливу роль у політичному житті суспільства мережа Twitter відіграє і в Російській Федерації. Дипломатія США у Росії перейшла на якісно новий рівень за керівництва посла М. Макфола, котрий став відомий завдяки своїй он-лайн активності та вважається піонером міжнародної Twitter-дипломатії. Очоливши диппредставництво у 2011 р., він активно використовував Twitter, розміщуючи повідомлення і англійською, і російською мовами [8].

За допомогою мережі Twitter посольство США в Москві отримує доступ до тієї аудиторії, яка через традиційні канали комунікації недоступна. Посол зазначав: «Ураховуючи, наскільки помилковими є уявлення про політику нашої адміністрації та життя в США, важливо, аби росіяни отримали точну інформацію «з перших рук». Незважаючи на те, що іноді важко належним чином спілкуватися дипломатичною мовою за обмеження в 140 символів тексту, взаємодія у соціальних мережах – відмінний спосіб налагодження безпосереднього контакту з росіянами» [7].

Інтерактивна природа соціальних мереж також допомагає посольству своєчасно відповідати на звернення громадян Росії та протидіяти дезінформації, яка поширюється через друковані ЗМІ й телевізійні служби новин у регіонах, де вільна преса перебуває під загрозою або зовсім відсутня. Посольство в Москві змінює парадигму комунікації, визначаючи механізм он-лайн взаємодії у вигляді ключового елементу в своїй публічній інформаційно-пропагандистській кампанії [7].

З призначенням послом США у Росії М. Макфола, платформа соціальних мереж стала майданчиком жорстких дипломатичних дуелей і протистоянь. У 2012 р. обмін коментарями між послом М. Макфолом та Міністерством закордонних справ Росії назвали «Twitter-війною», що, на думку шведського міністра закордонних справ К. Більдта, ефективніша, ніж ядерна [10]. Коли у лютому 2012 р. російський парламент заборонив громадянам США усиновлювати дітей-сиріт, посол висловив свою позицію через Twitter, активно захищаючи американську систему виховання дітей та усиновлення. Пости М. Макфола стали сюжетом новин на російському телебаченні й викликали значний резонанс серед користувачів російськомовних Інтернет-ресурсів. Однак, М. Макфол наголошує: соціальні медіа доповнюють, а не підміняють традиційну дипломатію «обличчям до обличчя» [7].

Конфронтація у сфері Twitter-дипломатії стає надбанням широкої аудиторії у зв'язку із глобальним характером соціальної мережі Twitter. У квітні 2014 р. напруженість у відносинах між Державним департаментом США та російським Міністерством закордонних справ з приводу Кримської кризи перетворилася на дуель твітів обох міністерств, котрі передавали протилежні погляди [5; 12]. Інший приклад «Twitter-дипломатії» – твіти посла США у Кенії М. Рейннбергера, опубліковані у вересні 2009 р. одразу після його призначення. Посол відійшов від практики дипломатичного балансування, висловившись критично стосовно призначень кенійського президента та виступивши на підтримку необхідності проведення у Кенії реформ [4].

США – не єдиний гравець у сфері «Twitter-дипломатії». Як заявив міністр закордонних справ Канади Дж. Берд у листопаді 2014 р., канадські дипломати усе частіше використовують соціальні медіа для просування національних цінностей та інтересів за кордоном. У мережі Twitter створено аккаунт @Canada (@Канада), що стане голосом Канади у світі. На думку Дж. Берда, цей аккаунт слугуватиме додатковим дипломатичним інструментом пропагування Канади як держави зі солідними цінностями, багатою культурою, гарними пейзажами і динамічною економікою [11].

Отже, соціальні медіа, зрештою, й Інтернет загалом, – вагома альтернатива традиційним ЗМІ у виробленні, поширенні, обміні та отриманні різної інформації. Сфера дипломатичних відносин не стала винятком: Twitter оптимізує та покращує звичний інструментарій дипломатичного апарату, робить його гнучкішим і здатним оперативно реагувати на виклики часу та місця. Зарубіжний досвід підтверджує: соціальні мережі можуть бути ефективним інноваційним засобом здійснення політичної діяльності, але тільки за використання його належним способом.

Список використаної літератури

1. Президент Ирана рассказал о настоящих авторах свого твиттера [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://lenta.ru/news/2014/01/24/rouhani/
2. Canada's weiplomacy in China: interview with M. McDowell [Electronic resource]. – Mode of access: http://www.diplomacy.edu/e-diplomacy/e-diplomats/McDowell
3. Establishing a strong online presence: Interview with Karen Melchior, Danish Diplomatin London [Electronic resource]. – Mode of access: http://www.diplomacy.edu/e-diplomacy/e-diplomats/melchior
4. *Fouts J.* Social media, virtual worlds and public diplomacy / J. Fouts // World Politics Review. – October 2009 [Electronic resource]. – Mode of access: http://www.worldpoliticsreview.com/articles/4440/social-media-virtual-worlds-and-public-diplomacy
5. *Ishaan Th.* Russia hijacks U.S. State Department's Ukraine hash tag / Th. Ishaan //Washington Post. – 2014. – April [Electronic resource]. – Mode of access: http://www.washingtonpost.com/blogs/worldviews/wp/2014/04/25/russia-hijacks-u-s-state-departments-ukraine-hashtag/
6. *Kelemen M.* Twitter Diplomacy: State Department 2.0 / M. Kelemen. – 2012. [Electronic resource]. – Mode of access: http://www.npr.org/blogs/alltechconsidered/2012/02/21/147207004/twitter-diplomacy-state-department-2-0
7. *Koenig R.* Tweet-errific. Ambassador, embassy adept at social media / R. Koenig // State magazine. – 2013. – December – P. 14–16.
8. *Landler M.* In the scripted world of diplomacy, a burst of Tweets [Electronic resource] / M. Landler // International New York Times. – 2014. – February. – Mode of access: http://www.nytimes.com/2014/02/05/world/middleeast/in-the-scripted-world-of-diplomacy-a-burst-of-tweets.html?_r=0
9. *Loguirato B.* Iran's President Deleted A Controversial Tweet [Electronic resource] / B. Loguirato // Business Insider. – 2014. – Mode of access: http://www.businessinsider.com/hassan-rouhani-deletes-tweet-nuclear-deal-surrender-2014-1
10. *Michael McFaul*, US ambassador to Moscow, victim of Kremlin «Twitterwar» [Electronic resource]. – Mode of access: http://www.theguardian.com/world/2012/may/29/michael-mcfaul-twitter-attack-russia
11. Minister Baird promotes role of digital diplomacy [Electronic resource]. – Mode of access: http://www.international.gc.ca/media/aff/newscommuniques/2014/11/26a.aspx?lang=eng.
12. Obama's hashtag diplomacy with Russia sparks new critic is about weak foreign policy [Electronic resource] // Fox News. – 2014. – April. – Mode of access: http://www.foxnews.com/politics/2014/04/26/obama-hashtag-diplomacy-with-russia-sparks-new-criticism-about-weak-foreign/
13. *Sandre A.* Twitter for diplomats [Electronic resource] / A. Sandre. – DGRI-Instituto Diplomatico, 2013. – 71 p. – Mode of access: http://issuu.com/diplo/docs/twitter_for_diplomats
14. Social Report ingatt he Internet Governance Forum 2009. Handbook. [Electronic resource]. – IGCBP, 2009. – 10 p. – Mode of

access:http://www.diplomacy.edu/sites/default/files/Social%20Reporting%20-%20Draft%20Handbook.pdf
15. *Tracy M.* Israeli Ambassador Michael Oren Talks About Why He Joined Twitter [Electronic resource]/ M. Tracy // The Tablet. – 2012. – Mode of access: http://tabletmag.com/scroll/101023/ambassadororen-on-why-he-joined-twitter
16. Twiplomacy: heads of state and government on Twitter: study, July 2013 [Electronic resource]. – Mode of access: http://twiplomacy.com/wp-content/uploads/2013/12/Twiplomacy_countries.pdf
17. Twiplomacy study 2013 – International organisations [Electronic resource]. – Mode of access: http://twiplomacy.com/
18. Twitter. About Twitter, Inc. [Electronic resource]. – Mode of access: https://about.twitter.com/company.

Стаття надійшла до редколегії 25.05.2015
Прийнята до друку 01.07.2015

TWITTER-DIPLOMACY: FOREIGN EXPERIENCE FOR UKRAINE

Iryna Harechko

Ivan Franko National University of Lviv
Institute of philosophy, department of theory and history of political science
Universytetska st., 1, 79000,Lviv, Ukraine
e-mail: filos_polit_nauk@ukr.net

Agenesis of emergence of «Twitter-diplomacy» concept is investigated. It has found that this phenomenon implies communication and interaction of state leaders, diplomats, politicians among themselves, with the citi zens of their country and the international community through Twitter network. It is determined that social networks facilitate efficient exchange of views between politicians and civil society, and enhance the ability of diplomats to collect information, analyze, predict, manage and respond to events.

Key words: social network, Twitter, «Twitter-diplomacy», traditional diplomacy, «Twitter-war».

TWITTER-ДИПЛОМАТИЯ: ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ДЛЯ УКРАИНЫ

Ирина Харечко

Львовский национальный университет им. Ивана Франко,
философский факультет, кафедра теории и истории политической науки,
ул. Университетская, 1, 79000, Львов, Украина
e-mail: filos_polit_nauk@ukr.net

Рассмотрен генезис возникновения понятия «Twitter-дипломатия». Выяснено, что это явление предполагает коммуникацию и взаимодействие руководства государства, дипломатов, политиков между собой, с гражданами своей страны и международным сообществом через сеть

Twitter. Как определено, социальные сети способствуют эффективному обмену мнениями между политиками и гражданским обществом, повышают способность дипломатов собирать информацию, анализировать, прогнозировать, управлять и реагировать на события.

Ключевые слова: социальная сеть, Twitter, «Twitter-дипломатия», традиционная дипломатия, «Twitter-война».