

## РОЛЬ МЕДІА ДИПЛОМАТІЇ У ЗОВНІШНЬОПОЛІТИЧНИХ СТРАТЕГІЯХ УКРАЇНИ

**Юнак А.**

*магістрант Видавничо-поліграфічного інституту НТУУ "КПІ"*

У статті аналізується роль медіа дипломатії у зовнішньополітичних стратегіях нашої держави, досліджується взаємозв'язок між медіа та дипломатією, розкривається сутність сучасної медіа дипломатії у якості інформаційного провідника зовнішньої політики України та нового рівня дипломатичної служби.

В статье анализируется роль медиа дипломатии во внешнеполитических стратегиях нашего государства, исследуется взаимосвязь между медиа и дипломатией, раскрывается сущность современной медиа дипломатии в качестве информационного проводника внешней политики Украины и нового уровня дипломатической службы.

The article shows the role of media-diplomacy in foreign-policy strategies of our state, the intercommunication between medias and diplomacy is probed, the essence of modern medias diplomacy is opened up as an informative explorer of foreign policy of Ukraine and a new level of diplomatic service.

---

**Актуальність теми дослідження.** Сучасний світ переживає фундаментальні та динамічні зміни, що глибоко торкаються інтересів всіх світових держав, їхніх суспільств та громадян. Україна також є активним учасником даного процесу. Будучи постійним членом Ради Безпеки ООН, маючи значний потенціал і ресурси в усіх сферах життєдіяльності, підтримуючи інтенсивні стосунки із провідними державами світу, вона робить істотний вплив на формування нового світового ладу.

Трансформація міжнародних відносин, припинення конфронтації та послідовне подолання наслідків «холодної війни», просування реформ істотно розширили можливості співпраці на світовій арені. При збереженні значення військової сили у відносинах між державами дедалі більшої ролі відіграють економічні, політичні, науково-технічні, екологічні та інформаційні чинники.

На перший план у якості головних складових національного багатства України виходять її інформаційні та комунікаційні можливості. Здійснення великого прориву на ряду ключових напрямів науково-технічного прогресу, що веде до створення єдиного загальносвітового інформаційного простору, поглиблення і диверсифікація міжнародних економічних зв'язків надають взаємозалежності держав глобального характеру. Створюються передумови для побудови більш стабільного і стійкого до кризи світового устрою. У цих умовах, як випливає з нової Концепції зовнішньої політики, особливого значення набуває інформаційне забезпечення зовнішньополітичної діяльності або медіа дипломатія.

Важливим напрямом медіа дипломатії є доведення до широких кіл світової громадськості об'єктивної і точної інформації про позиції держав з основних міжнародних проблем, їхні зовнішньополітичні ініціативи та дії, а також про досягнення культури, науки, інтелектуальної творчості.

Актуальності набуває завдання сформуванню за кордоном позитивне сприйняття України, дружнє ставлення до неї. Невід'ємним елементом відповідної роботи повинні стати цілеспрямовані зусилля із широкого роз'яснення за кордоном суті внутрішньої політики нашої держави та політичних й економічних процесів, що відбуваються в країні. Актуальним також стає прискорений розвиток в Україні власних ефективних засобів медіа дипломатії, що мають вплив на громадську думку за кордоном.

**Метою** написання даної статті є з'ясування ролі медіа дипломатії у зовнішньополітичних стратегіях України. Досягнення мети можливе через постановку та реалізацію таких завдань як дослідження взаємозв'язку між медіа та дипломатією; розкриття сутності сучасної медіа дипломатії у якості інформаційного провідника зовнішньої політики України та у якості нового рівня дипломатичної служби.

Відносини між існуючими членами світової спільноти – незалежними суверенними державами – вимагають управління із постійно зростаючою майстерністю та розумінням, так само як і адаптації та усвідомлення того, як побічні продукти епохи інформації, особливо телебачення, можуть бути використані на службі дипломатії.

Дипломатія є багатогранним поняттям, в науці існує декілька підходів до його визначення. Найбільш влучно „дипломатію” визначив В. Попов, розуміючи під останньою засіб реалізації зовнішньої політики держави, що є сукупністю невоєнних практичних заходів, прийомів та методів, вживаних з урахуванням конкретних умов та характеру вирішуваних завдань: офіційна діяльність глав держав та урядів, міністрів закордонних справ,

дипломатичних представництв за кордоном, делегацій на міжнародних конференціях із реалізації цілей та завдань зовнішньої політики держави, захисту прав та інтересів держави, її установ і громадян за кордоном [10, 10].

І. Бліщенко із поняттям «дипломатія» пов'язує мистецтво ведення переговорів з метою відвертання або врегулювання конфліктів, пошуків компромісів та взаємно прийнятних рішень, а також розширення та поглиблення міжнародної співпраці [1].

Оскільки основою дипломатії упродовж століть було особисте спілкування посланців або послів, то Ю. Рибаків термін «дипломатія» пов'язує із вивченням документів, і, зважаючи на історичну еволюцію різних засобів комунікації, стає очевидним, що написане слово, особливо в пресі, робить значний вплив на формулювання зовнішньої політики та процесів дипломатії [12, 49].

Ф. Гамагелян розглядає дипломатію у сфері медіа, як сукупність різних видів даних, які містять звукову та візуальну інформацію (традиційні засоби масової інформації, цифрові технології зв'язку та комунікації), що утворюють новий рівень багаторівневої дипломатії [3].

Ю. Кашлев, досліджуючи вплив медіа у світі, наголошує на тому, що світова телевізійна революція привела до глобальної обізнаності, яка спонукає світове населення до нового бачення та нових ідей. Сотні мільйонів, які досі в основному піклувались про виживання сім'ї та місцевої спільноти, тепер бачать себе частиною соціальної та політичної єдності із правом голосу у внутрішній та зовнішній політиці їх країни. Більше того, вплив телевізійної революції на формування політики є як національним, так й інтернаціональним [5, 39].

С. Проскурін також стверджує, що національне телебачення дедалі більше впливає на зовнішню політику уряду підбором та інтенсивністю новин [11, с. 44].

О. Селянінов робить висновок, що якщо до недавнього часу формування зовнішньої політики було первинною справою грамотної, політично свідомої еліти, то тепер головний засіб інформації – телебачення – будучи поширеним, вже не є елітним і не вимагає особливої грамотності, володіє силою викликати емоції і створювати некомпетентну думку в усіх шарах суспільства [13, 82].

Таким чином, інтернаціональне телебачення стало причиною структурної революції – створення так званого Глобального Суспільства, яке підвищило почуття глобального включення та відповідальності за невідкладність передачі новин, а також створило для дипломатів новий вимір в традиційній народній дипломатії, яка складається з двох основних компонентів: можливості для країни впливати на зовнішню політику іншої країни шляхом звернення безпосередньо до громадської думки цієї країни через голову уряду; забезпечення простору для медіа-дипломатії, яка може бути охарактеризована як процес переговорів, за яких уряди використовують телебачення та інші засоби масової інформації та комунікації у якості інструментів для того, щоб робити публічні заяви про політику по відношенню до інших країн з метою впливу на результати обговорення [13, 87].

Існує більше сотні компаній, залучених у виробництво релізів відео новин, тільки в Об'єднаному Королівстві Великобританії. Покупцями в основному є уряд та неурядові організації. Випуски відео новин, як правило, спершу показують яку-небудь спортивну подію або туристичну рекламу, вваляючи, таким чином, дійсне повідомлення, яке вони хочуть розповсюдити. За своїм змістом, випуски відео новин, які прийшли на зміну прес-релізам, є розвагою, але з прихованим повідомленням.

Цей стан справ є відносно нешкідливим і відображає здатність урядів та організацій пристосовувати форми дипломатії та переконання до трансформаційних можливостей часу; але ця передова технологія може принести разом із користю загрозу у вигляді дезінформації або невірної інформації.

Розвиток телевізійних технологій випереджає здібності глядачів усвідомити ступінь маніпуляції тим, що вони бачать і отримують. Наприклад, управління свідомістю за допомогою радіопередач велось десятиліттями, яке почалося з часів нацистського правління, пропаганда якого включала „Дружні бесіди про чудового президента Рузвельта із американським народом”. „Бесіди” дали позитивні результати у досягненні політичних цілей, після чого процес маніпулювання політичною свідомістю засобами телебачення та радіо досяг зльоту [13, 65].

Розвиток медіа покладає на дипломатів обов'язок стати досвідченими в мистецтві презентації в середовищі масової інформації (медіа-презентації) як у межах однієї країни, так і на міжнародному рівні. Оскільки зовнішня політика країни, щоб бути ефективною, вимагає високого рівня народної підтримки або розуміння, дипломат має бути готовий пояснити та виправдати політику свого уряду перед народом найбільш ефективним способом, яким є широко поширений аудіовізуальний засіб, - телебачення [16].

Медіа дипломатія як спеціалізована політична PR-технологія виступає в двох головних іпостасях: як процес збору та обробки інформації з метою проведення державою

зовнішньополітичного курсу, забезпечення своїй країні гідного місця на міжнародній арені; як напрям інформаційної діяльності, що забезпечує інформаційну підтримку зовнішньої політики своєї держави, причому як усередині країни, так і за кордоном [14, 101].

Для забезпечення ефективності «спрямованої інформації», адресованій зарубіжній аудиторії певної країни необхідно брати до уваги такі обставини як реалії соціально-економічної ситуації в цій країні, менталітет основної маси населення, наявність коливань в політичних настроях у даному середовищі [5, 77].

У підходах до формування інформаційної політики як усередині країни, так і у рамках світової спільноти в цілому, Україна виходить з розуміння того, що реальної альтернативи багатополарній системі міжнародних відносин, що відбиває багатомірність сучасного світу, не існує.

Водночас, інформаційне поле продовжує залишатися сферою, що потенційно несе в собі загрози щодо підтримки миру та безпеки. Існують приклади використання сфабрикованої інформації для створення передумов щодо ухвалення військово-політичних рішень, за якими йдуть військові акції, а також «гуманітарні інтервенції» [11, 44].

Нерідко використовуються інформаційні «вкидання» для підривання іміджу окремих держав, у тому числі з метою недобросовісної економічної конкуренції.

У будь-якому разі Україна має у розпорядженні чималі ресурси для зміцнення свого інформаційного впливу у світі. Для цього потрібне розуміння актуальності поставлених завдань і воля у їхньому практичному рішенні.

Засади напрями нової Концепції зовнішньої політики у поєднанні із викладеними міркуваннями визначають функції і завдання Міністерства Закордонних Справ України (далі – МЗС), які покладені на Департамент інформації та комунікацій з громадськістю Секретаріату Кабінету Міністрів, а також аналогічних департаментів, які утворені на місцях [17].

Департамент інформації та комунікацій з громадськістю Секретаріату Кабінету Міністрів виконує такі завдання: участь у розробці та реалізації заходів із інформаційного забезпечення зовнішньої політики України, широкому інформуванню про неї вітчизняній та зарубіжній громадськості, формуванню правильного розуміння суті та цілей ініціатив і конкретних акцій на міжнародній арені; опрацювання міжнародних інформаційних проблем та забезпечення участі України у міжнародних організаціях та форумах з інформаційної тематики; участь у міжвідомчій координації міжнародної співпраці в інформаційній сфері; акредитація кореспондентів іноземних ЗМІ в Україні і надання їм сприяння в професійній діяльності.

Місцеві департаменти інформації та комунікацій з громадськістю забезпечують реалізацію державної політики у сфері інформації, комунікацій з громадськістю, релігій та національностей на території конкретної області; сприяють реалізації конституційного права громадян на свободу слова та безперешкодній діяльності засобів масової інформації; беруть участь у формуванні та реалізації державної політики у сфері інформації і видавничої справи з метою повнішого задоволення потреби населення області в інформаційній та видавничій продукції; здійснення заходів щодо розвитку інформаційного простору та інформаційної інфраструктури області; аналізують та прогнозують суспільно-політичні процеси у регіоні; проводять консультації з громадськістю з питань формування та реалізації державної політики тощо [17].

Серед медіа засобів дипломатичної діяльності в Україні слід виділити веб-сайт МЗС України (змістовну основу сайту складають, передусім, виступи Президента, Міністра закордонних справ та інших офіційних осіб, нормативні акти органів виконавчої і законодавчої влади із зовнішньополітичних та зовнішньоекономічних питань) та інформаційний бюлетень Департаменту інформації та комунікацій з громадськістю, де регулярно розміщуються проблемні статті, виступи послів, різноманітна інформація, присвячена ветеранам дипломатичного відомства.

Інтернет та соціальні медіа революціонізували практично усі аспекти людського спілкування. Вони змінили те, як люди і суспільства ставляться один до одного. Технологічні досягнення не обійшли і конфлікти, здобувши вплив на їх динаміку.

У своїй праці «Here Comes Everybody: the Power of Organizing without Organizations» Клей Шеркі описує, як саме соціальні медіа змогли істотно скоротити організаційні та координаційні витрати [18]. Медіа дозволяють окремим людям, не пов'язаним один з одним, стати ініціаторами та координувати великомасштабні соціальні та політичні акції. Враховуючи те, що координація та організація такого масштабу раніше були недоступними окремим особам і доступні лише державам і великим організаціям у зв'язку з високими витратами на зв'язок та організаційні питання, такий розвиток можна оцінити як безпрецедентний.

Проте таке сейсмічне зрушення було обумовлене не просто поширенням Інтернету та збільшеною швидкістю комунікації. Інтернет спочатку був усього лише ще одним засобом

комунікації, що підтримує існуючі соціальні норми та поведінку. Те, що дійсно стало причиною таких кардинальних трансформацій, це розвиток інтерактивних медіа платформ створених користувачами, інакше іменованими Веб 2.0, на противагу версії Інтернету Веб 1.0 періоду 1993-2003 років, що створеною авторами програм і не має інтерактивних властивостей.

Поширення медіа вплинуло на усі види колективних дій, починаючи із створення можливості для фасилітації миротворення і аж до впливу на ескалацію конфліктів.

Водночас, відкритість, яку забезпечують соціальні медіа інструменти – це палиця про два кінці. З одного боку, витрати на організацію скорочуються, і число громадян, яке бере участь у між кордонному діалозі і співпраці росте. Разом з цим багато, хто намагається зруйнувати стереотипи і табу, виражає альтернативні ідеї. З іншого боку, будучи відкритими по суті, соціальні медіа роблять цих людей уразливими перед службами безпеки і суспільствами своїх країн: влада їх залякує, а суспільство чинить тиск. Така тактика залякування призводить до самоцензури і стриманості, тим самим обмежуючи простір, що ледве відкрився, для альтернативних думок і відкритих обговорень. Більше того, соціальні медіа активно використовуються для пропаганди ненависті і ксенофобії, а також критики виражених думок та їх залякування.

Отже, інструменти медіа можуть впливати на динаміку конфліктів і сприйняття суспільства, впливають на формування колективної ідентичності та політичний курс [1].

Таким чином, на основі вище викладеного матеріалу можна зробити наступні **ВИСНОВКИ**.

1. Дипломатія є своєрідним засобом реалізації зовнішньої політики держави. На сучасному етапі розвитку в епоху супутникових антен та цифрового зв'язку, вплив аудіовізуального образу вимагає уваги дипломатів.

Розвиток медіа засобів стало причиною створення так званого Глобального Суспільства, яке підвищило почуття глобального включення, а також створило для дипломатів новий вимір в традиційній народній дипломатії. У сфері медіа дипломатична служба виконує два головних завдання: по-перше, збір та обробка інформації в інтересах проведення державою зовнішньополітичного курсу, забезпечення своїй країні гідного місця на міжнародній арені; по-друге, забезпечення інформаційної підтримки зовнішньої політики своєї держави, причому як усередині країни, так і за кордоном. У даному контексті дипломатична служба сама є важливим джерелом інформації.

2. Сьогодні незалежні медіа беруть на себе роль провідників зовнішньої політики. Вони активно і цілеспрямовано доводять до світової громадськості конкретні аспекти зовнішньополітичного курсу країни і чим більш потужні національні ЗМІ, тим більше можливостей вони відкривають для своєї держави у світовій політиці. В Україні демократичні перетворення відкрили широкі можливості для становлення та розвитку засобів масової інформації, проте, водночас, інформаційне поле продовжує залишатися сферою, що несе в собі потенційні загрози щодо підтримки миру та безпеки (поширення сфабрикованої інформації, «гуманітарні інтервенції» тощо).

3. Про розвиток медіа свідчить створення платформ (наприклад, Twitter), що дозволяють швидко передачу інформації, постійне її оновлення в режимі реального часу про конференції, акції протесту, політичні новини тощо. Рівень частоти читання деяких блогів і простих веб-сайтів можна порівняти з рейтингом багатьох передових новітніх видань. Тому медіа стає ще одним інструментом в дипломатичній діяльності уряду. Часто медіа стає єдиним майданчиком, який дозволяє заявити про себе дипломатам, знаходити і мобілізувати інших до дії.

Відкритість, яку забезпечують інструменти має двосторонній характер: з одного боку, витрати на організацію повідомлень скорочуються і число політично активних громадян росте; багато, хто з них намагається зруйнувати стереотипи і табу, виражає альтернативні ідеї; з іншої сторони, будучи відкритими, медіа роблять цих людей уразливими перед службами безпеки, певними органами влади у своїй країні (влада їх залякує, а суспільство може чинити тиск). Сьогодні медіа активно використовуються для пропаганди ненависті і ксенофобії, а також критики виражених думок та їх залякування. Небезпечними є он-лайн інформаційні війни, які часто отримують серйозне фінансування зі сторони влади. Пропаганда на таких сайтах набагато є тоншою і часто виступає у формі аналітичних, історичних публікацій, публікацій новин, що претендують на представлення фактичних доказів. Таким чином, інструменти медіа у руках дипломатів можуть впливати на динаміку конфліктів і сприйняття суспільства, впливають на формування колективної ідентичності та політичний курс в цілому.

4. Національні інтереси України на міжнародній арені вимагають проведення активного зовнішньополітичного курсу, спрямованого на зміцнення позицій Росії, зміцнення тих механізмів колективного управління світовими політичними та економічними процесами, в

яких Росія відіграє важливу роль. За допомогою активної продуманої медіа дипломатії Україна здатна підняти свій міжнародний авторитет.

---

### Література

1. Блищенко И.П. Дипломатическое право. – М.: Международные отношения, 1991. – 281 с.
2. Вопросы теории и истории международных отношений / Дипломат. акад. МИД России; гл. ред. Т.А. Закаурцева. – М.: Восточная книга, 2010. – 300 с.
3. Гамагелян Ф. Социальные Медиа: новый уровень многоуровневой дипломатии // Кавказский Выпуск. Журнал по трансформации конфликтов. – 2012. // Доступно на: <http://caucasusedition.net/ru>
4. Диалог при помощи фильмов, 2011. // Доступно на: <http://www.c - r.org/our - work/caucasus/dialogue through film.php>
5. Кашлев Ю.Б. Информация. Дипломатия. Психология. – М.: Известия, 2002. – 350 с.
6. Козырев Н.И. Характер и специфика работы начинающего дипломата: учеб. пособие / Н.И. Козырев; Дипломат. акад. МИД России, Ин-т актуальных междунар. проблем. – М.: Восток-Запад, 2011. – 63 с.
7. Колосов Ю.Н. К вопросу о примате международного права // Сборник научных трудов «Роль международного права в современной внешней политике». – М.: МГИМО, 1991.
8. Левин Д. Б. Международное право, внешняя политика и дипломатия. –М.: Международные отношения, 1981.
9. Международная безопасность и контроль над вооружениями / Дипломат. акад. МИД России; гл. ред. Ю.Я. Белобров. – М.: Восточная книга, 2010. – 235 с.
10. Попов В.И. Современная дипломатия. Теория и практика. – М.: Научная книга, 2000. – 240 с.
11. Проскурин С.А. Системный принцип формирования внешней политики // Полис. – 1997. - № 1. – С. 41-48.
12. Рыбаков Ю.М. Дипломатия: учебное пособие для вузов / Ю.М. Рыбаков; Дипломат. акад. МИД России, каф. дипломатии. – 2-е изд., доп. и перераб. – М.: Восток-Запад, 2010. – 655 с.
13. Селянинов О.П. Практика дипломатических сношений государств. – М.: МГИМО, 1999. – 201 с.
14. Селянинов О.П. Тетради по дипломатической службе государств (История и современность). – М.: МГИМО, 1998. – 192 с.
15. Транснациональные политические пространства: явление и практика / отв. ред. М.В. Стречнева; Ин-т мировой экономики и междунар. отношений РАН. – М.: Весь Мир, 2011. – 372 с.
16. Фельтхем Р. Дж. Настольная книга дипломата // <http://ellib.org.ua/books/files/mvidn/diplomatu/index.html>
17. [http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art\\_id=246396130&cat\\_id=223223535](http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=246396130&cat_id=223223535)
18. Shirky C. Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without Organizations. – New York: Penguin Press, 2008. – 54 p.
19. The new dynamics of multilateralism: diplomacy, international organizations, and global governance / J.P. Muldoon [и др.]. – Boulder: Westview Press, 2011. – 370 p.