



Анна ЛІЧЕНКО
магістрант кафедри журналістики
Інституту міжнародних відносин
Національного авіаційного
університету (м. Київ),
науковий керівник –
доктор філологічних наук,
професор Еліна Циховська

УДК 316.776 + 327.5

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ FACEBOOK І TWITTER ЯК ІНСТРУМЕНТ МЕДІАДИПЛОМАТІЇ

У статті виокремлено причини виникнення новітнього комунікативного явища – медіадипломатії, проаналізовано значення соціальних мереж як базового інструменту дипломатії у кіберпросторі. Розглянуто прагматичний потенціал Twitter-дипломатії та Facebook-дипломатії як засобу посилення і зменшення соціальної напруги, окреслено часові та просторові координати медіадипломатії.

Ключові слова: медіадипломатія, соціальні мережі, Twitter-дипломатія, Facebook-дипломатія, міжнародна політика, інформаційне зараження.

Початок ХХІ ст. характеризується стрімким розгортанням численних соціально-політичних конфліктів та національних революцій, з-поміж яких можна пригадати Трояндову революцію в Грузії, Кедрову революцію в Лівані, революцію в Єгипті 2011 року, Жасминову революцію в Тунісі, Арабську весну (триває з 2010 року), протести у Венесуелі 2014 року та ін. Революційна хвиля не оминула й українські простори: Помаранчева революція 2004 року та Євромайдан 2013-2014 років.

У такому суспільному контексті помітного значення набувають ЗМІ, як канал формування й коригування громадської думки, а також дипломатія, як одна із невід’ємних складових урегулювання внутрішньодержавних та міжнародних конфліктів. Потужним засобом координації громадської активності виступають соціальні мережі. Саме мас-медіа, соціальні мережі можна вважати трьома вагомими факторами впливу на політичний клімат держав, проте на перехресті цих факторів виникає кардинально нове явище – медіадипломатія. Водночас, поряд із терміном “медіадипломатія”, науковці послуговуються низкою інших номінацій: “інтернет-дипломатія”, “онлайн-дипломатія”, “цифрова дипломатія”, “кібердипломатія” тощо.

Актуальність дослідження зумовлена соціально-політичними реаліями ХХІ ст., які формують потребу доповнити раніше напрацьовані теоретичні положення щодо теми медіадипломатії, з’ясувати її значення в контексті національних революцій ХХІ століття, окреслити важливість соціальних мереж як чинника посилення громадянської активності та нейтралізації соціальної напруженості.

Темі цифрової дипломатії як галузі публічної дипломатії присвячені праці як зарубіжних, так і вітчизняних науковців, а саме: “Netcitizens як нова цільова аудиторія інтернет-дипломатії США” Г. Яригіна, Н. Цветкової; “Теорія і практика е-дипломатії в сучасних міжнародних відносинах” Я. Турчин; “Віртуальна дипломатія” Є. Макаренко, Н. Піпченко; “Цифрова дипломатія, міжнародна безпека і можливості для Росії”. О. Зінов’євої; “Программы Web 2.0 в публичной дипломатии США” Н. Цветкової; “Нова публічна дипломатія НАТО: мистецтво впливу” С. Бабста; “Публічна дипломатія Web 2.0: Розвідувальне соціологічне дослідження US Digital Outreach” Л. Хатіба, “Медіадипломатія: дилема перемовин” С. Хауелла. Більшість зазначених досліджень репрезентують політологічний погляд на цифрову дипломатію, розглядаючи її виключно у сфері міжнародних відносин. Значно менше науковців досліджують медіадипломатію як складний комунікаційний процес, який об’єднує декілька суб’єктів інформаційної взаємодії. У галузі соціальних комунікацій питанню взаємодії дипломатії та соціальних мереж присвячені такі зарубіжні розвідки: “Media Diplomacy: What Role for Transnational News?” А. Saxon; “The Challenges of the Internet and Social Media in Public Diplomacy” М. Wallin; “Integrating Diplomacy and Social Media” С. Martin, L. Jagla.

Мета статті – проаналізувати комунікативно-прагматичну роль соціальних мереж Facebook і Twitter у контексті медіадипломатії та національних революцій XXI століття.

Мета дослідження передбачає виконання наступних **завдань**:

- навести дефініції терміну “медіадипломатія”;
- з’ясувати переваги та недоліки використання соцмереж у контексті публічної дипломатії;
- охарактеризувати значення соціальних мереж як джерела дипломатичної інформації для ЗМІ;
- визначити роль соціальних мереж як засобу коригування громадянської активності.

У галузях міжнародних відносин, політології та соціальних комунікацій послуговуються численними дефініціями синонімічних термінів “медіадипломатія”, “інтернет-дипломатія”, “цифрова дипломатія”. Російська дослідниця Н. Цветкова використовує термін «інтернет-дипломатія» і розглядає її як механізм впливу на зарубіжну аудиторію за допомогою розміщення радіо і телепередач у мережі Інтернет, моніторингу дискусій у блогосфері, створення персоніфікованих сторінок членів уряду країн у соціальних мережах, розсилок інформації через мобільні телефони [4, с. 111]. Ф. Хансон визначає цифрову дипломатію як використання web- та нових інформаційно-комунікаційних технологій задля досягнення дипломатичних цілей [5, с. 3]. У статті явище медіадипломатії розглянемо у широкому контексті, а саме, як напрямок діяльності публічної дипломатії не лише у галузі друкованих і аудіовізуальних медіа, а й у цифровій сфері загалом.

Американський дослідник медіадипломатії С. Хауелл зазначає, що дипломатія та медіа є двома паралельними типами комунікації, проте періодично вони перетинаються, зокрема у формі діалогу. Іншими точками перетину ЗМІ та дипломатії, на думку С. Хауелла, є:

- ЗМІ – джерело інформації для політичного процесу загалом та дипломатичних служб зокрема;
- ЗМІ є конектором між громадськістю та міжнародними політичними діячами, зокрема взаємодія відбувається у формі дебатів та ретрансляції суспільної думки;
- медіадипломатія, пов’язана із поняттям впливу та визначенням пріоритетних сфер впливу [6, с. 108].

Теорія медіадипломатії як складової політичної культури та взаємодії почала формуватися наприкінці XX – на початку XXI ст., у той час, коли світова громадськість

усвідомила важливість впровадження нових ефективних методів дипломатії, які виходили б за межі офіційних політичних інститутів. Цифрову дипломатію вважають досягненням зовнішньої політики Барака Обами. Станом на 2013 рік у мережі Facebook нараховувалося близько 300 сторінок, які репрезентують численні держустанови США, а також існують віртуальні представництва в YouTube, Tumblr і Flickr на 11 мовах. Сумарна аудиторія всіх акаунтів і блогів становить близько 20 млн. осіб. Цю систему координують приблизно 150 співробітників Держдепартаменту і 900 фахівців за межами США [1].

Використання соціальних мереж у дипломатичній діяльності держав дозволяє впливати на широке коло споживачів інформації, що створює переваги для країн на міжнародному рівні. Оскільки дипломатична інформація здатна оминати внутрішні державні фільтри, вона подається у “чистому” вигляді, а не як переказ із вуст третіх осіб. Комунікативний потенціал соцмереж у контексті медіадипломатії посилюється тим, що власники акаунтів одночасно виступають як постачальники інформації, як споживачі інформації та як розповсюджувачі інформації. Важливою перевагою Twitter- та Facebook-дипломатії є робота із цільовими групами для створення сприятливого політичного середовища з метою просування національних інтересів, попередження кризових ситуацій, вирішення суспільних проблем, дослідження громадської думки тощо.

Під час національних революцій, медіадипломатія соціальних мереж відіграє важливу роль як інструмент посилення/зменшення соціальної напруженості населення, а також активізації/нейтралізації громадської активності. Наприклад, у Тунісі 2010 року поштовхом до революційних заворушень стали наступні події: інтернет-видання “Наваат” (у перекладі з арабської означає “Ядро”) розпочало оприлюднення документів WikiLeaks, які стосувалися зловживань туніської влади. У секретних матеріалах йшлося про те, що “режим президента Бен Алі втратив зв’язок із народом” і “покладається на поліцію”, щоб “втримати владу”. Цю дипломатичну переписку пізніше назвали “Тунілікс”. Вона блискавично поширилася у соціальних мережах і підігріла бунтарські настрої народу Тунісу. Важливо те, що “Наваат” не лише подав інформацію, а поширювалася вона через мережу Facebook.

Інший приклад ілюструє, як конкретна дипломатична заява може посилювати рівень соціальної напруженості та активізувати національний спротив: під час українського Євромайдану Штефан Фюле, Комісар ЄС з питань розширення та Європейської політики сусідства 15 грудня написав у Twitter: “Слова і дії Президента та уряду щодо Угоди про асоціацію все далі й далі розходяться. Їхні аргументи не мають нічого спільного з реальністю [...] Роботу припинено, відповіді не отримав”. Таке повідомлення виступило черговим аргументом на користь вимог протестуючих щодо усунення від влади чинного на той момент президента, а тому можемо стверджувати, що подібні дипломатичні заяви безпосередньо впливають на хід національних революцій.

Особливість медіадипломатії у тому, що вона оминає такі бар’єри класичної дипломатії, як відстань і час, тому реакція представників дипломатичних служб на той чи інший конфлікт стає відомою, практично, за лічені хвилини. Наприклад, реагуючи на результати референдуму в Криму 16 березня 2014 року, Рада національної безпеки США поширила заяву через Twitter. За даними порталу ediplomacy.afp.com, після проведення референдуму в Криму, кількість хештегів #Ukraine на дипломатичних сторінках у соціальних мережах становила 1379, #Crimea – 1150. Це дало змогу українській спільноті відразу відстежити реакцію зарубіжжя, не чекаючи офіційних заяв. Увага світової спільноти до України залишалася стабільною і протягом квітня 2014, приміром, 18 квітня на дипломатичних сторінках у мережі Twitter було зафіксовано 943 хештеги #Ukraine, Україна посідала перше місце за кількістю згадувань (хештегів) за

добу. Таким чином, медіадипломатія соціальних мереж становить потік інформації у реальному часі та на необмеженому просторі.

Але разом із цим інтернет-дипломатія має і негативну сторону впливу – вона дає можливість маніпулювати громадською думкою, направляти дискусії в соціальних мережах у заплановане русло, поширювати медіавіруси, сприяти інформаційному зараженню. Окрім того, між державами існує нерівномірність у розвитку цифрових технологій, тому в кібернетичному просторі деякі держави посідають лідируючі дипломатичні позиції, а деякі опиняються на периферії. Це загрожує створенням коаліції передових держав, яка зможе нейтралізувати дипломатичну впливовість держав нижчої ланки.

Важливо зауважити, що медіадипломатія не замінює традиційних дипломатичних відносин, а скоріше виступає їхнім доповненням. Сучасні українські дослідники Л. Літра та Ю. Кононенко у праці “Твітер-дипломатія. Як новітні технології можуть посилити міжнародні позиції України?” виокремлюють три переваги медіадипломатії:

1) твітер-дипломатія призвела до революції в царині дипломатичних відносин, забезпечивши доступ до ширшої аудиторії, а також охопивши всі рівні піраміди Ледераха. Власне піраміда представляє три рівні дипломатії: найвищий рівень лідерства, представлений військовими та політичними керівниками, а також офіційними дипломатами; середній рівень – це журналісти та представники академічних інституцій; нижчий рівень представляють пересічні громадяни та лідери на рівні місцевих громад;

2) твітер-дипломатія суттєво поліпшує взаємозв'язки в усьому світі та надає дипломатам і міністерствам закордонних справ інструменти для побудови власних систем електронних комунікацій із закордонними підрозділами, а також посольств із консульствами;

3) інструменти Твітер-дипломатії дуже практичні та економні. Використання соці-альних мереж дозволяє створювати органи реагування на надзвичайні ситуації. Одним із наочних та успішних прикладів такої ініціативи була кампанія “Text Haiti”, започаткована одразу після землетрусу на Гаїті та поширена у соціальних мережах. У підсумку кампанія допомогла зібрати понад 30 мільйонів доларів впродовж лише трьох тижнів для надання допомоги постраждалим від землетрусу [2].

Отже, на сучасному етапі медіадипломатія виступає інноваційним методом ведення політичних перемовин, але при цьому змінюється основний вектор взаємодії: комунікація дипломат — дипломат замінює комунікацією дипломат — громадська спільнота. Соціальні мережі, зокрема Twitter та Facebook сприяють залученню до міждержавного діалогу широкої аудиторії, яка відстоює поляризовані інтереси, збільшується рівень доступу до інформації, ступінь її відкритості. Також новітнім явищем є інтеграція традиційних медіа та соціальних мереж. Окрім того, акаунти можуть розглядатися як окремі джерела інформації, але рівень достовірності інформації в соціальних мережах може варіюватися від низького до високого. Дипломатична інформація, яка поширюється через соціальні мережі, оминає численні “інформаційні фільтри”, тому в певних кризових ситуаціях вона здатна посилювати соціальну напруженість або нейтралізувати її.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Корнев М. Дипломатія Веб 2.0: как Фейсбук и соцсети меняют мировую политику / М. Корнев. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://russiancouncil.ru/inner/?id_4=3076#top.

2. Літра Л. Твітер-дипломатія. Як новітні технології можуть посилити міжнародні позиції України? / Л. Літра, Ю. Кононенко. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://iwrp.org.ua/img/policy_brif_1_01_23_ok.pdf.

3. Піпченко Н. Концептуально-теоретичні засади дослідження віртуальної дипломатії / Н. Піпченко // Нова парадигма: Журнал для наукових праць. – 2006. – № 57. – С. 117-124;
4. Цветкова Н. Программы WEB 2.0. в публичной дипломатии США / Н. Цветкова // США и Канада: политика, экономика и культура. –2011. – № 3. – С. 109-122.
5. Hanson F. A Digital DFAT: Joining the 21st century / F. Hanson. – Sydney : Lowy Institute, 2010. – 16 p.
6. Howell S. Media Diplpmacы: The Negotiator`s Dillema / S. Howell. – California : Naval Postgraduate School, 1990. – 240 p.
7. Martin C. Integrating Diplomacy and Social Media / C. Martin, L. Jagla. – Washington D.C. : Aspen Institute, 2013. – 42 p.

Анна Личенко

Социальные сети Facebook и Twitter как инструмент медиадипломатии

В статье выделены причины возникновения нового коммуникативного явления – медиадипломатии, проанализировано значение социальных сетей как базового инструмента дипломатии в киберпространстве. Рассмотрены прагматический потенциал Twitter-дипломатии и Facebook-дипломатии как средства усиления и уменьшения социального напряжения, обозначены временные и пространственные координаты медиадипломатии.

Ключевые слова: медиадипломатия, социальные сети, Twitter-дипломатия, Facebook-дипломатия, международная политика, информационное заражение.

Anna Lichenko

Social Networks Facebook and Twitter as a Tool of Media Diplomacy

We defined reasons of origin of the newest communicative phenomenon as media diplomacy in the article. The value of social networks is analyzed as a base tool of diplomacy in a cyberspace. Twitter-diplomacy and Facebook-diplomacy are viewed as means of enhancing and reducing of social tension. The temporal and spatial coordinates of media diplomacy is indicated.

Keywords: media diplomacy, social networks, Twitter-diplomacy, Facebook-diplomacy, international politics, information infestation.