

РОЛЬ ІНТЕРНЕТУ У ПРОЦЕСАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ ДИПЛОМАТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДЕРЖАВИ: ДОСВІД США ТА ВИКЛИКИ ДЛЯ УКРАЇНИ

Анотація. В статті розглядаються процеси трансформації дипломатичної діяльності держави під впливом інформаційно-комунікаційних сервісів Інтернету. Актуальність цієї проблеми обумовлена новими можливостями та викликами, які стають перед дипломатичною службою держави в умовах функціонування такого транскордонного ЗМК як мережа Інтернет. Зокрема, це можливості встановлення каналів прямого інформування цільових аудиторій закордоном та оперативного інформування світової громадськості щодо актуальних питань зовнішньої політики держави. Для України в нинішніх політичних умовах та обмежених (порівняно з Росією) медійних можливостях використання Інтернету для донесення своєї позиції з нагальних проблем її внутрішньої та зовнішньої політики є більш ніж важливим. Відповідно, метою даного дослідження є виявлення ролі Інтернету у процесах трансформації змісту та форм дипломатичної практики. У статті розглядаються практичний досвід США у сфері «віртуальної дипломатії» та перспективи його використання Україною (на основі SWOT-аналізу). Перспективи подальших досліджень полягають у вивченні впливу інформаційно-комунікаційних технологій (зокрема, Інтернету) на можливості та засоби розширення домену влади держави.

Ключові слова: дипломатія, Інтернет, громадська думка, США, Україна.

* кандидат політичних наук, доцент, доцент кафедри міжнародних відносин, інформації та бізнесу Університету економіки та права «КРОК» (м.Київ)

Annotation. *The article deals with the processes of transformation diplomatic activities of the state under the influence of information and communication services of the Internet. The urgency of this problem is shaped by new opportunities and challenges which diplomatic service faced due to the Internet as cross-border communication media. In particular, the possibility of establishing direct communicating with target audiences abroad and informing the world community on current issues of foreign policy. For Ukraine in the current political environment and limited (compared with Russia) media capabilities using the Internet to deliver its position on the pressing issues of domestic and foreign policy is more than important. Accordingly, the aim of this study is to identify the role of the Internet in transforming contents and forms of diplomatic practice. The article deals with practical experience in the US «virtual diplomacy» and the prospects for its use of Ukraine (based on SWOT-analysis). Prospects for future research are to explore the impact of information and communication technology (including the Internet) and the possibility of wider domain of the state.*

Keywords: *diplomacy, Internet, public opinion, USA, Ukraine.*

Аннотация. *В статье рассматриваются процессы трансформации дипломатической деятельности государства под влиянием информационно-коммуникационных сервисов Интернета. Актуальность этой проблемы обусловлена новыми возможностями и вызовами, которые стоят перед дипломатической службой государства в условиях функционирования такого трансграничного СМК как сеть Интернет. В частности, это возможности установления каналов прямого информирования целевых аудиторий за рубежом и оперативного информирования мировой общественности по актуальным вопросам внешней политики государства. Для Украины в нынешних политических условиях и ограниченных (по сравнению с Россией) медийных*

возможностях использования Интернета для донесения своей позиции по насущным проблемам ее внутренней и внешней политики является более важным. Соответственно, целью данного исследования является выявление роли Интернета в процессах трансформации содержания и форм дипломатической практики. В статье рассматриваются практический опыт США в области «виртуальной дипломатии» и перспективы его использования Украиной (на основе SWOT-анализа). Перспективы дальнейших исследований заключаются в изучении влияния информационно-коммуникационных технологий (в частности, Интернета) на возможности и средства расширения домена власти государства.

Ключевые слова: дипломатия, Интернет, общественное мнение, США, Украина.

Аналіз досліджень та публікацій. Проблему впливу новітніх інформаційних технологій, зокрема, мережі Інтернет, на форми та методи здійснення дипломатичної діяльності, розглядали такі зарубіжні вчені, як В. Болевски, Й. Курбалійя, Й. Меліссен, Л. Понтес Фіало, Е. Поттер, К.С. Рана, А. Сандре, Ф. Хенсон та ін.; такі вітчизняні вчені та дослідники, як О. Зернецька, Є. Макаренко, А. Митко, Н. Піпченко, М. Рижков, Є. Тихомирова та ін.

Нагальність проблеми впливу інтернет-технологій на дипломатичну практику вже досить давно стала предметом аналізу науковців. Саме явище одержало різні назви — «мережева дипломатія» (англ. network diplomacy або netdiplomacy), «електронна дипломатія» (англ. electronic diplomacy або ediplomacy), «кібердипломатія» (англ. cyber diplomacy), «цифрова дипломатія» (англ. digital diplomacy), «дипломатія 2.0» (і навіть 3.0) тощо.

У найширшому розумінні, термін «віртуальна дипломатія» означає зміни у дипломатичній практиці, пов'язані з появою мережевого світу. У

найвужчому розумінні, термін включає в себе процеси прийняття рішень, координації, комунікації, і практики міжнародних відносин, які проводяться за допомогою інформаційних і комунікаційних технологій [1, с.479].

У Сполучених Штатах Америки ухвалені та реалізується низка стратегічних ініціатив у царині «віртуальної дипломатії». Однією з перших стала проголошена у 2006 році тодішнім держсекретарем Кондолізою Райс концепція «трансформаційної дипломатії» (англ. Transformational Diplomacy). В її рамках, зокрема, був запущений 2007 року проект Dipnote — офіційний блог Державного департаменту, орієнтованого насамперед на зарубіжні аудиторії. У 2009 році була проголошена ініціатива «21st Century Statecraft», метою якої є «доповнення традиційних інструментів зовнішньої політики новими інноваційними та адаптованими інструментами управління державою які повною мірою задіюють мережі, технології та демографічні ресурси нашого взаємозалежного світу» [2].

Одним із напрямів використання Інтернету як транскордонного ЗМК у дипломатичній практиці стало створення т.зв. «віртуальних» дипломатичних представництв – спеціальних веб-сайтів, на які покладаються насамперед функції інформування та встановлення контактів з цільовою аудиторією певної країни чи регіону, в яких недоцільно або неможливо створити реальні дипломатичні представництва.

У рамках реалізації ідеї віртуальної дипломатії, яку в останні роки активно розвиває Державний департамент США, створюються т.зв. віртуальні представництва (англ. Virtual Presence Post, VPP) для країн та регіонів, в яких недоцільно або неможливо створити реальні дипломатичні представництва (на даний час їх є 15). Як і сайти, що представляють «реальні» дипломатичні представництва, віртуальні представництва надають відомості, орієнтовані на населення даної країни (регіону), та інформацію про країну (регіон), орієнтовану на громадян США (за такими

напрямами, як туризм, ведення бізнесу, освіта тощо).

У 2006 році під час свого виступу у Джорджтаунському університеті тодішній держсекретар США Кондоліза Райс так описала цю ініціативу: «Можливо, найбільш новітнім та економічно ефективним способом забезпечити більш локальне позиціонування є віртуальне представництво. Це коли один або декілька наших молодих співробітників створюють і управляють інтернет-сайтом, який фокусується на ключових населених пунктах. Цей цифровий конференц-зал дозволяє іноземним громадянам, насамперед молодим людям, входити в контакт онлайн з американськими дипломатами, які можуть бути від них за сотні миль. Це відмінний спосіб з'єднатися з мільйонами нових людей по всій Європі, Азії, Латинській Америці» [2].

Наступним ефективним напрямом використання Інтернету у дипломатичній практиці є використання відомими політиками, дипломатами соціальних медій для прямого донесення до аудиторії своїх думок, своєї позиції з тих чи інших питань. Найбільш популярним інструментом для такого роду комунікацій з аудиторією став сервіс мікроблогінгу Twitter. Популярність цього сервісу породила специфічне поняття — Twitter-дипломатія, або «твіпломатія» (англ. Twiplomacy).

За словами виконавчого директора провідної світової компанії з питань зв'язків з громадськістю та комунікацій Burson-Marsteller Europe, Middle East and Africa Джеремі Гелбрейта, «Twitter усуває комунікаційний розрив між нами та світовими лідерами. З одного боку, він дозволяє главам держав і урядів транслювати свою повсякденну діяльність та урядові новини до постійно зростаючої аудиторії. З іншого боку, він надає громадянам безпосередній доступ до їхніх лідерів» [4].

За даними дослідження «Twiplomacy Study 2014», що проводиться компанією Burson-Marsteller щороку, починаючи з 2012 року, чинний американський президент Барак Обама є першим світовим лідером що почав використовувати Twitter. Також його мікроблог посідає перше місце

за кількістю читачів (більше 49 млн.) [4].

Іншим аспектом, як соціальні медіа впливають на зовнішньополітичну діяльність, є безпрецедентні можливості для зворотного зв'язку. Через коментарі до опублікованих на веб-сайтах диппредставництв, зовнішньополітичних відомств матеріалів, до постів на сторінках цих установ у соціальних мережах тощо, а також через власні веб-сайти, блоги і т.д. всі бажаючі можуть висловлювати свої думки, позиції, погляди. Ця інформація може бути неоціненним джерелом інформації щодо ставлення громадськості (як своєї, так і зарубіжної) до акцій держави закордоном, до представників держави (високопосадовців, дипломатів) тощо.

Водночас, ця інформаційна відкритість та доступність унагальнює потребу з обережністю ставитись до того, що публікується в Інтернеті. Як зауважує Андреас Сандре, співробітник посольства Італії в Вашингтоні з питань зв'язків з громадськістю та пресою, автор низки праць з питань ролі новітніх ІКТ у дипломатичній діяльності, «революція соціальних медіа змінило те, як ми бачимо світ, і змінює те, як ми говоримо до світу. Вона не лише зробила простішим для урядів і послів процес встановлення контактів з громадськістю, як іноземною, так «домашньою», вона змусила всіх бути більш обізнаними щодо наслідків – як позитивних, так і негативних – які записи у Twitter, коментарі у Facebook, відео або зображення можуть мати у відносно короткі терміни» [5, с.55].

Таким чином, є всі підстави говорити, що дипломатія стає все більш публічною, а отже – транспарентною. І це відбиває більш широкі процеси трансформації державного управління в цілому. Як зауважує вітчизняний науковець Антоніна Митко, доступна в електронному виді інформація, що виходить від держави, може сприяти розвитку її діалогу з громадськістю. Держава як інструмент, покликаний служити інтересам суспільства, людей, з впровадженням в органи державної влади інформаційних та телекомунікаційних технологій, отримує нові можливості для

інформування своїх громадян, врахування їх думки з ключових питань, підвищення ефективності своєї діяльності. В інформаційному суспільстві держані органи використовують Інтернет для реструктуризації, підвищення ефективності роботи, відкритої інформаційної взаємодії з громадськістю, що призвела до такого виду управління, як публічне [7, с.119].

Іншим напрямом, який став можливим завдяки інформаційно-комунікаційним можливостям Інтернету, стало перенесення у «Всесвітнє павутиння» певних функцій дипломатичних представництв. Основною формою його реалізації в дипломатичній практиці, окрім публікацій різного роду матеріалів, є створення т.зв. віртуальних консульств — інтерактивних веб-сайтів, які надають інформацію і полегшують електронний доступ до обмеженого кола консульських послуг в районі, де немає реальної консульської установи. Діяльність такого віртуального представництва може підкріплюватись за допомогою відвідувань цієї області співробітниками реальної дипломатичної місії (визначення за [8, с.386]). Створення віртуальних консульств є перспективним, на нашу думку, з огляду на такі два ключових міркування:

1) Їх підтримка є набагато дешевшою, аніж реальних консульств, що є привабливим для незаможних та невеликих країн. Ці країни, завдяки Інтернету, можуть розгорнути «віртуальну» дипломатичну мережу в усіх країнах світу.

2) Віртуальне посольство може функціонувати в умовах, коли існування реального дипломатичного представництва є неможливим (з огляду на відсутність чи розірвані дипломатичні відносини, ведення воєнних дій в регіоні, який входить до консульського округу, існування загрози життю співробітникам дипломатичної місії тощо).

Яскравим прикладом реалізації ідеї віртуального консульства є згадані вище Virtual Presence Post, створювані США. Іншим прикладом, що ілюструє, зокрема, практику створення віртуального дипломатичного

представництва в умовах розірваних дипломатичних стосунків, є запуск 6 грудня 2011 року «віртуального посольства» США в Ірані – країні, з якою дипломатичні стосунки були розірвані після ісламської революції в Ірані та захоплення радикальними ісламістами десятків американських громадян як заручників у листопаді 1979 року. У відеозверненні у зв'язку із запуском цього сайту держсекретар США Гіллари Клінтон заявила, що головне завдання «віртуального посольства» — сприяти налагодженню діалогу між громадянами США та Ірану. Коментуючи ідею, в американському керівництві зазначили, що розраховують таким чином встановити контакти з пересічними іранцями за відсутності дипломатичних зв'язків між Іраном та Сполученими Штатами [9].

На самому сайті посольства зазначено, що «цей сайт не є офіційним дипломатичним представництвом, а також не представляє і не описує реальне посольство США акредитоване в Ірані. Але, за відсутності прямого контакту, він може працювати як міст між американськими та іранськими людьми» [10]. Цілі «віртуального посольства» включають в себе боротьбу з дезінформацією і сприяння взаєморозумінню, і воно має довгострокову мету підтримки низових про-демократичних груп. В основі цієї стратегії лежить ідея, що Сполучені Штати можуть вплинути на інформацію до якої іранська молодь має доступ, і, таким чином, впливати на її погляди [11].

Сайт працює на двох мовах — англійській і фарсі, і на ньому реалізована така ж модель представлення інформації, як і на веб-сайтах реальних дипломатичних місій (включаючи використання таких соціальних медіа, як соціальні мережі Facebook та Google+, відеохостинг Youtube та сервіс мікроблогінгу Twitter. Варто відмітити, що вже наступного дня іранський уряд блокував доступ до сайту американського «віртуального посольства».

Наступним напрямом використання можливостей Інтернету для сприяння зовнішньополітичній діяльності держави є створення

спеціальних тематичних веб-сайтів, присвячених певній проблемі і покликаних висвітлювати позицію та діяльність держави з її вирішення та формувати сприятливу громадську думку. Такі сайти можуть створюватись як для «тривалих проблем», так і під час криз, в які була втягнута країна.

Прикладом ефективного використання веб-сайтів в кризовій ситуації у міждержавних відносинах є україно-російський газовий конфлікт 2008–2009 років. Російською стороною в грудні 2008 року був створений спеціальний англomовний сайт «Gazprom Ukraine Facts», підтримуваний «Газпромом», на якому оперативно публікувались новини газового конфлікту. Власники сайту подбали про його просування у пошукових системах, завдяки чому він першим пропонувався в результатах пошуку в системах «Google» та «Yahoo!» при введенні ключових слів на кшталт Naftogaz Ukrainy чи gas dispute. Вочевидь, наявність якісної інформації поданої у зручному форматі не могла не привабити до цього веб-ресурсу журналістів, експертів, дипломатів, чиновників та й простих обивателів. Таким чином, російська сторона одержала ефективний канал донесення й поширення своєї позиції в світовому інформаційному просторі. Як показав аналіз, доменне ім'я сайту (www.gazpromukrainefacts.com) було зареєстроване 12 грудня 2008 року, що дає підстави стверджувати, що російська сторона заздалегідь готувалась до конфлікту і створювала для цього необхідні засоби [11, с.200].

У США функції центрального веб-ресурсу щодо ключових питань зовнішньої політики виконує сайт Державного департаменту. Водночас під його орудою функціонує низка цільових веб-сайтів, наприклад, «HumanRights.gov», присвячений проблемі захисту прав людини у світі; «Exchange Programs», присвячений програмам обміну для громадян та негромадян США, та інші.

Аналіз практики «віртуальної дипломатії» в Україні показав, що вона нині перебуває лише в зародковому стані, на рівні суто інформаційних веб-

сайтів МЗС та дипломатичних представництв закордоном. Не зважаючи на те, що останніми роками все більшою мірою українськими дипломатами використовуються соціальні медіа та почались створюватись тематичні сайти, пов'язані з питаннями зовнішньої політики, тим не менш доводиться констатувати, що потенціал сучасних комунікаційних інструментів Інтернету ще повною мірою не задіяний.

Для характеристики поточного стану та перспектив (з урахуванням американського досвіду) використання Інтернету у дипломатичній діяльності України нами був проведений SWOT-аналіз:

S) Сильні сторони:

- Створено мережу веб-сайтів дипломатичних представництв України (посольств, консульств, представництв при міжнародних організаціях), з єдиною моделлю представлення інформації, підтримкою відповідних мовних версій тощо;

- Активно використовується мікроблог МЗС у Twitter, на якому публікують свої повідомлення міністр закордонних справ України Павло Клімкін, українські та іноземні дипломати.

- Український кризовий медіа-центр, створений у березі 2014 року з метою надання міжнародній спільноті об'єктивну інформацію про події в Україні і загроз національній безпеці, зокрема, у військовій, політичній, економічній, енергетичній та гуманітарній сфері, для реалізації своїх функцій підтримує спеціальний веб-сайт (UACRISIS.ORG). Сайт має 5 мовних версій — англійську, російську, українську, німецьку та французьку. Інформація структурована за такими блоками: прес-релізи, матеріали, регіональні новини, інфографіка, топ-цитати; а також за такими тематичними блоками: реформи в Україні, Крим, Євромайдан. На сайті також розміщені відеоролики. Крім того, УКМЦ активно користується такими соціальними медіями, як Twitter, мережі Facebook та Google+.

W) Слабкі сторони:

- Порівняно низька популярність сторінок МЗС у соціальних

медіях (приміром, станом на 14 березня 2015 р. канал МЗС на відеохостингу YouTube має всього 326 підписників).

- Існують сторінки МЗС лише в двох соціальних мережах — Facebook та Вконтакте, і орієнтовані вони на внутрішню аудиторію; повністю ігнорується досить популярна мережа Google+.

- Лише частина дипломатичних представництв України закордоном активно використовує соціальні медії, зокрема, Twitter; наявні сторінки в соціальних мережах також орієнтовані на україномовну аудиторію.

- Стрічка новин на веб-сайтах більшості диппредставництв оновлюється вкрай нечасто.

О) Можливості:

- Активно розпочати процес створення віртуальних дипломатичних представництв, орієнтованих на визначені цільові регіони. Такими регіонами повинні стати, на наш думку, насамперед регіони з великою часткою українців. Це дозволить, по-перше, встановити більш тісний зв'язок як з громадянами України, надаючи їм необхідний спектр послуг та допомоги, так і з особами, що мають інтерес до України (реалізуючи таким чином функції публічної дипломатії). По-друге, такі веб-сайти дозволять задіювати потенціал діаспори у підтримці України.

- Створити у Twitter мікроблоги всіх дипломатичних представництв України закордоном, забезпечити їх постійне наповнення (у т.ч. за рахунок ретвітів[†] з мікроблогів МЗС, вітчизняних та зарубіжних дипломатів тощо), реалізувати публікацію стрічок повідомлень з них на веб-сайтах цих представництв.

- Сконцентрувати зусилля на використанні однієї соціальної мережі — Facebook як найбільш популярної в світі (виключення — країни в яких найбільш використовуваними є інші соціальні мережі: «ВКонтакте»

[†] ретвіт — це вторинна публікація повідомлення, розміщеного іншим користувачем у Twitter, з посиланням на джерело

для Росії, QZone Китаю тощо), в якій створити сторінки для кожного диппредставництва (у т.ч. й віртуального), орієнтованих на локальні аудиторії (насамперед за рахунок публікації відповідною мовою) із забезпеченням постійного інформаційного наповнення.

- Забезпечити наявність на всіх веб-сайтах дипломатичних представництв постійно поновлюваної стрічки новин відповідною мовою.
- Створити тематичні веб-сайти, які б висвітлювали ключові проблеми зовнішньої політики України.
- Розробити та розпочати імплементацію національної стратегії публічної дипломатії, яка б включала в себе елементи «віртуальної дипломатії».

Т) Загрози:

- В умовах економічної кризи та воєнних дій може постати питання про доцільність використання ресурсів на реалізацію додаткових зусиль із реалізації елементів «віртуальної дипломатії».
- Включення зазначених завдань до функцій Міністерства інформаційної політики України, сам факт створення якого є широко критикованим як всередині країни, так і з боку міжнародних інституцій.

Вищезазначене дає підстави стверджувати, що не зважаючи на відчутні позитивні зміни у практиці проактивного використання інформаційних та комунікаційних можливостей Інтернету у дипломатичній практиці України, вона все ж не є задовільною, особливо з огляду на складні внутрішньо- та зовнішньополітичні умови.

Отже, підсумовуючи, можна зробити такі **висновки**:

1) Поява та поширення Інтернету як нового транскордонного ЗМК викликало потребу у перегляді змісту та форм ведення дипломатичної діяльності. Ключовими новими напрямками використання нових комунікаційних можливостей є створення «віртуальних дипломатичних представництв», використання політичними лідерами та дипломатами соціальних медіа для безпосереднього (в обхід «традиційних» ЗМК) для

інформування цільових аудиторій, створення тематичних веб-сайтів з певних актуальних питань зовнішньої політики.

2) Розроблені та реалізовані стратегічні ініціативи США щодо використання в інтересах покращення та осучаснення зовнішньої політики країни та, зокрема, дипломатичної практики. Основним пріоритетом в контексті застосування комунікаційних можливостей Інтернету визначено публічну дипломатію.

3) На основі аналізу поточної практики «віртуальної дипломатії» України та розгляду досвіду США у цій сфері на основі застосування SWOT-аналізу запропоновано низку рекомендацій.

Список використаних джерел

1. The Public Diplomacy Reader / Ed. by J. Michael Waller. — Washington, DC: The Institute of World Politics Press, 2007. – 515 p.

2. 21st Century Statecraft [Електронний ресурс] // U.S. Department of State. – Режим доступу: <http://www.state.gov/statecraft>.

3. Transformational Diplomacy. Secretary Condoleezza Rice. Georgetown University. Washington, DC. January 18, 2006 [Електронний ресурс] // U.S. Department of State. Archive. – Режим доступу: <http://2001-2009.state.gov/secretary/rm/2006/59306.htm>.

4. Press Release: Burson-Marsteller study finds almost two-thirds of world leaders are on Twitter– but how connected are they really? [Електронний ресурс] // Burson-Marsteller. – 2012. – 26 лип. – Режим доступу: <http://www.burson-marsteller.com/press-release/burson-marsteller-study-finds-almost-two-thirds-of-world-leaders-are-on-twitter-but-how-connected-are-they-really>.

5. Twiplomacy Study 2014 – Update: Executive Summary [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://twiplomacy.com/blog/twiplomacy-study-2014-update>.

6. Sandre A. Twitter for Diplomats / Andreas Sandre. — DiploFoundation and Istituto Diplomatico, 2013. — 71 p.
7. Митко А. М. Інформаційна демократія: реалії та виклики часу : [монографія] / Антоніна Миколаївна Митко. — Луцьк : Вежа-друк, 2014. — 400 с.
8. Berridge G. R. The Palgrave Macmillan Dictionary of Diplomacy / G. R. Berridge, Lorna Lloyd. — Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2012. — 400 p.
9. В Ірані заблокували доступ до «віртуального посольства» США [Електронний ресурс] // Радіо Свобода. — 07.12.2011. — Режим доступу: <http://www.radiosvoboda.org/archive/worldnews/20111222/630/2729.html?id=24414710>.
10. Virtual Embassy of the United States Tehran, Iran [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://iran.usembassy.gov/about-us.html>.
11. Pontes Fialho L. Reaching for an Audience: U.S. Public Diplomacy Towards Iran [Електронний ресурс] / Livia Pontes Fialho, Matthew Wallin // American Security Project. — August 2013. — Режим доступу: <https://www.americansecurityproject.org/ASP%20Reports/Ref%200131%20-%20US%20Public%20Diplomacy%20Towards%20Iran.pdf>.
12. Терещук В. І. Мережа Інтернет як інструмент ведення інформаційних війн у міжнародних відносинах / В. І. Терещук // Слов'янський вісник: збірник наукових праць. Серія «Історичні та політичні науки» / Рівненський державний гуманітарний університет, Рівненський інститут слов'янознавства Київського славістичного університету. — Випуск 16. — Рівне, 2013. — С. 198–202.