



**Анна ЛІЧЕНКО**  
магістрант кафедри журналістики  
Інституту міжнародних відносин  
Національного авіаційного  
університету (м. Київ),  
науковий керівник –  
доктор філологічних наук,  
професор Елліна 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 ХХІ 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, розсилки 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 ХХ – на початку ХХІ 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 “Тунілік”. Вона блискучо 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](http://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 економічні. Використання соціальних 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. Дипломатия Веб 2.0: как Фейсбук и соцсети меняют мировую политику / М. Корнев. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://russiancouncil.ru/inner/?id\\_4=3076#top](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://iwp.org.ua/img/policy\\_brif\\_1\\_01\\_23\\_ok.pdf](http://iwp.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 Diplmacy: 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.