

Філенко І.*

ІСТОРИЧНА РЕТРОСПЕКТИВА ЕВОЛЮЦІЇ РОЛІ ЗМІ В МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИНАХ

У статті аналізується трансформація ролі засобів масової інформації в світовій політиці в умовах глобалізації.

Ключові слова: Інтернет, телебачення, інформація, еволюція, глобалізація, зовнішня політика.

Историческая ретроспектива роли СМИ в мировой политике. В статье анализируется трансформация роли средств массовой информации в мировой политике в условиях глобализации.

Ключевые слова: Интернет, телевидение, информация, эволюция, глобализация, внешняя политика.

Historical retrospective of the evolution of Mass Media means' role in world politics. In the article transformation of the role in world politics under conditions of globalization have been studied.

Key words: Internet, television, information, evolution, globalization, foreign policy.

В умовах стрімкого прискорення темпів глобалізації і невідомого розвитку транскордонних засобів масової інформації та зростанні їхньої ролі у світовій політиці виникає закономірна потреба в аналізі засобів масової інформації як чинника глобалізації та розробці практичних рекомендацій для вироблення адекватної політики у сфері міжнародних відносин. Необхідність переглянути роль ЗМІ у світовій політиці зумовлена, передусім, зрушеннями, що їх пережив світ наприкінці ХХ сторіччя: глобалізація економіки та формування нового світового порядку, зокрема, розпад Радянського Союзу, розвиток глобальних систем телекомунікацій, крах колоніальної системи, усвідомлення глобальних проблем. У міжнародних відносинах дедалі більшого значення набувають «м'яка сила» та «публічна дипломатія», вміння працювати зі ЗМІ та керувати інформаційними потоками, адже в глобалізованому світі ЗМІ та інші комунікативні технології, що використовуються в політиці та інших сферах життєдіяльності світової спільноти, переходячи в площину міжнародних відносин стають інструментами формування міжнародної громадської думки щодо суб'єктів міжнародної взаємодії. Таким чином для забезпечення ефективної діяльності суб'єктів зовнішньополітичної діяльності вельми важливо вчасно мати науково-обґрунтовані рекомендації стосовно «нових правил гри» на глобалізованому полі, що є особливо значущим для України, яка відносно недавно постала як незалежна держава.

Провідна роль ЗМІ у формуванні громадянської думки в цілому та іміджу держав зокрема відображається в їх визначенні як «четвертої влади». Кожен засіб масової інформації

* здобувачка Дипломатичної академії України при МЗС України
Науковий керівник: проф. Чекаленко Л.Д.

ції має власну знакову систему. Печать або преса – письмове слово та візуальний образ. Радіо використовує усне мовлення, рухливе зображення та музику.

Зауважимо, що ЗМІ виконують функції ідеологічного і політичного впливу, а вони необхідні для підтримки спільності, інформування населення, а також освіти і розваг. Крім того, окремому громадянину, який живе в сучасному світі, випрацювати самостійну думку про такий політичний об'єкт, як держава, непросто. Труднощі обумовлюються різноманітністю життя в країні, складністю внутрідержавних та міждержавних відносин. Телебачення, радіо, преса, Internet можуть задавати тон у цьому процесі і досить потужно впливати на масову свідомість.

Що стосується політичних функцій, що виконують ЗМІ, то дослідники виокремлюють наступні:

- Інформаційна – отримання, обробка та розповсюдження інформації про діяльність усіх найважливіших елементів політичної системи. Для людини постійний інформаційний зв'язок з навколишнім світом, соціальним середовищем, є найважливішою умовою нормальної життєдіяльності. Загальною тенденцією сучасного суспільного розвитку є панування та різке збільшення частки інформації, що отримується завдяки ЗМІ, а не з безпосереднього досвіду індивіду та між особистого спілкування;

- освітня функція – повідомлення інформації, що доповнює знання про політику й політичний процес, яку отримують громадяни в освітніх установах різного рівня;

- політичної соціалізації – засвоєння політичних норм, цінностей та зразків поведінки, сумісних із нормальним функціонуванням політичної системи;

- критики та контролю – формування думок та поглядів на те, що відбувається в політичній галузі. Критика та контроль сприяють також артикуляції різних суспільних інтересів, мобілізації на політичну участь.

Український дослідник В. Пантелєєв виокремлює чотири етапи в еволюції ЗМІ:

Перший - епоха газет. Влада активно використовує ЗМІ для цілеспрямованого впливу на своїх громадян. Незважаючи на те, що об'єктна сфера інформаційного впливу обмежена писемними людьми, виникає феномен громадської думки, яка формується владою за допомогою газетних повідомлень.

Другий етап - радіоепоха (газети + радіо). Ефективність інформаційного впливу (ІВ) вийшла на якісно новий рівень завдяки: а) розширенню кола об'єктів за рахунок нижчих класів; б) можливості одночасного впливу на велику кількість об'єктів; в) переведення ІВ з інформаційного до інформаційно-розважального сектору.

Третій - Телеепоха (газети + радіо + телебачення). Можливість синхронного впливу відразу на два органи почуттів: зорового та слухового мало потужний синергетичний ефект. Зображення використовується для фіксації уваги, формування довіри до джерела інформації та введення об'єкта у необхідний психологічний стан, звуковий сигнал - для впровадження у свідомість та підсвідомість необхідної інформації. Методи ІВ досягають максимуму ефективності та набувають тотального характеру. Газети борються за виживання намагаючись розширити свою присутність в секторі розваг. Ера телебачення практично співпадає у часі з періодом холодної війни та закінчується апогеєм ЗМІ - виникненням феномену «мейнстрім медіа» що з економічної точки зору означає монополізацію та концентрацію ЗМІ, а з соціальної - глобальну інформаційну ізоляцію.

І останній, четвертий етап - епоха глобалізації (газети + радіо + телебачення + Інтернет). Будь-який користувач отримав можливість як отримувати альтернативну інформацію, так і розміщувати її в Інтернеті. Таким чином підривається монополія мейнстрім медіа на інтерпретацію подій і вже неможливо організувати блокування певної інформації.

Інтелігенція, яка в епоху газет першою увійшла до зони дії інформаційного впливу, відтепер поступово виходить з неї та починає зі сфери впливу класичних ЗМІ [1].

Мережа Інтернет стала важливим досягненням, яке дійсно поклало початок ери глобалізації та дозволило окремим індивідам, суспільствам та державам всієї планети вільно здійснювати комунікативну функцію. Вона дозволила здійснювати якісно нові функції у забезпеченні корпоративної та особистої комунікації: миттєво вступати в контакт з людиною, яка знаходиться в будь-якій точці земної кулі, проводити електронні конференції в режимі реального часу та мультимедійному режимі, отримувати доступ до безмежного обсягу інформації, набувати освіти, здійснювати бізнес, проводити рекламні компанії, підвищувати рівень комфорту людського існування, підвищувати ефективність взаємодії громадян та влади, оперативного реагувати на зміни ситуації в різних регіонах країни та світу, організовувати ЗМІ у режимі реального часу та багато іншого.

З певними зауваженнями можливо стверджувати, що Інтернет є найліпшим критерієм, за допомогою якого можна оцінити ступінь глобалізованості суспільства чи країни. За даними міжнародного статистичного видання ООН «The 2009 UN Statistical Yearbook» у технологічно найрозвинутіших країнах світу переважна більшість громадян активно використовує можливості Інтернету. Так, наприклад, у Франції 72 чол. зі 100 є постійними користувачами мережі; в Італії - 49 чол. зі 100; в Японії - 77 чол. зі 100, у США — 76 чол. зі 100. Натомість в пострадянських країнах цей показник є набагато нижчим. Так в Україні мережею користуються 33 українці зі 100, а загальна кількість постійних користувачів складає 15 млн. чол. В Росії мережею користуються 59 млн.чол., в Білорусі — 4,437 млн.чол., в Казахстані — 5,3 млн. чол. [2, р. 128-136].

Подібні коливання кількості Інтернет-аудиторії в різних країнах свідчить, по-перше, про наявність диспропорціональності соціально-економічного розвитку, по-друге, що країни, в яких невелика кількість вузлів Інтернету, не можуть виступати повноправними «інформаційними» партнерами в глобалізованому світі. Вони являються технологічно та інформаційно залежними від більш розвинутих країн.

Згідно зі статистичними даними, представленими заступником генерального директора інформаційної агенції «Укрінформ» А. Михайловим, в Україні наприкінці першого десятиліття XXI ст. функціонувало 101659 сайтів, з яких 80% - російськомовні [3].

Якщо ж оцінювати роль сучасних ЗМІ в цілому, то тут доречно буде навести слова російського соціолога О.Зінов'єва: «...Засоби масової інформації – це Ватикани сучасного світу. Сьогодні преса робить те, що століття тому робили священики та Церква. Телебачення, газети, радіо, інформаційні агенції грають першу скрипку у ментальній ідеологічній сфері. Хтось називає ЗМІ «четвертою владою». Але це значно більше, це третя влада. Міць нинішніх мас-медіа переважає всі можливості, якими коли-небудь мала та або інша релігійна організація» [4].

Що стосується України, то слід враховувати, що сьогодні не менш як 80% наших громадян називають телебачення своїм головним джерелом інформації. Крім того, значна частина населення нашої країни не тільки існує в інформаційному полі Росії, але й надає саме йому перевагу. Ці тенденції донедавна були притаманні багатьом державам СНД. Внаслідок цього російські електронні ЗМІ не тільки одноосібно формують уявлення про Україну на величезних просторах Співдружності, а й досить часто стають активними учасниками внутрішньополітичних процесів у самій Україні [5, с. 267]. Отже, медіа-політика російських ЗМІ стає суттєвим чинником українсько-російських відносин.

Як засвідчує двадцятирічний досвід спостережень, російські ЗМІ висвітлюють події в Україні тенденційно і вибірково, нав'язуючи бажану картину із відповідно підібраних ре-

альних фактів. При цьому основними агресорами є комерційні ЗМІ, у порівнянні з якими позицію російських урядових ЗМІ можна назвати найбільш стриманою. Але варто враховувати, що у Росії капітал тісно пов'язаний із владою і являє єдину систему. Саме тому, на думку авторки, хоча російський приватний капітал значною мірою і контролює суттєву частку інформаційного простору СНД, визначає його зміст саме російська влада і політикум. Тож позиція багатьох ЗМІ Росії щодо висвітлення подій в Україні визначається передусім інтересами владних кіл Росії щодо збереження чи встановлення власного впливу, а також російського капіталу на українському ринку.

Необхідно зауважити, що кожна держава у своїй зовнішньополітичній діяльності прагне досягти трьох основних цілей – репрезентація себе у необхідному світлі, встановлення свого впливу над якимись процесами чи суб'єктами міжнародних відносин і забезпечення гарантій стабільного і безпечного власного існування та розвитку.

З-поміж різноманітних шляхів досягнення цього, найоптимальнішим є саме інформаційний: інформація – ресурс нематеріальний, а завдяки розгалуженій і все більше глобалізованій мережі ЗМІ ще й широкопроникний і всеохоплюючий, що дозволяє здійснювати різнорівневий вплив за різноманітними формами і каналами, але з єдиним смисловим навантаженням. Але найголовніше – здійснювати вплив опосередковано і ненав'язливо. Саме тому зараз поле боїв та відстоювання власних інтересів перемістилося у інформаційний простір і як показує досвід – дає досить плідні і цілком матеріальні результати.

Якщо ж оцінювати еволюцію ролі ЗМІ у зовнішньополітичній діяльності держави, то за характеристикою американського дослідника Б. Коена, яка виявилася справедливою аж до 60-х років минулого століття, преса була служницею уряду, його пропагандистським рупором, коли справа стосувалася зовнішньої політики [6]. Тобто правляча еліта використовувала ЗМІ для поширення лише тієї інформації, оприлюднення якої було вигідне цій еліті. Головною причиною такого становища, на думку Коена, був мізерний громадський інтерес до подій на міжнародній арені. Отож, американські мас-медіа не були зацікавлені, передусім, через причини комерційної недоцільності (мізерна аудиторія не заохочує до співпраці рекламодавців) розвивати висвітлення міжнародних процесів. Нарешті, не варто забувати про американську специфіку, що визначається тривалим періодом ізоляціонізму, відсутністю загальнонаціональної преси у звичних європейських формах.

Ще однією причиною такого становища, крім обмеженого кола учасників цієї діяльності — «невеличкої політичної еліти», Б. Коен справедливо вважав незацікавленість аудиторії — згідно з американським медійним терміном — у споживанні такої інформації [6].

Майже через тридцять років по тому інший американський дослідник П. О'Гейффернан у низці публікацій проаналізував різкі зміни і узагальнив функції, які ЗМІ відіграють у зовнішній політиці на сучасному етапі.

Передусім, технологічна революція в інформаційних ЗМІ створила дійсно глобальну аудиторію. Завдяки супутниковому телебаченню і прямим теле-трансляціям, глядачі у різних куточках світу відчували себе причетними до подій, які відбуваються за тисячі кілометрів від них. До того ж міжнародна тематика стала комерційно вигідною, оскільки внаслідок глобалізаційних процесів регіони світу стали тісно пов'язаними в економічно-фінансовій площині.

По-друге, ЗМІ презентують і ставлять на порядок денний громадського обговорення глобальні проблеми, такі як охорона навколишнього середовища, заборона зброї масо-

вого знищення, СНІД, біженці, наркобізнес. Зауважимо, що кількість цих проблем постійно зростає, і сьогодні ми можемо із повним правом доповнити цей список новими глобальними проблемами: права людини, етнічні збройні конфлікти і горезвісні «етнічні чистки». Починаючи з 2008 р. до них додалася проблема подолання соціально-політичних наслідків світової економічної кризи 2008-2009 рр., що призвела до різкого зниження добробуту значної кількості громадян по всьому світу і навіть у країнах так званого «золотого мільярду». Останнім часом репортажі про масові протести та зіткнення з поліцією в Греції, Португалії, Італії і навіть Великобританії стали вже звичайною справою.

По-третє, ЗМІ є ексклюзивним джерелом і миттєвим передавачем інформації.

Зрозуміло, що жодне зовнішньополітичне відомство не може дозволити собі утримувати матеріально-технічну інформаційну базу, якою сьогодні володіють більш-менш важливі теле- і радіо-корпорації. Це призвело до того, що уряди стали залежними від ЗМІ споживачами інформації, покладаючись на її достовірність та компетентність і добросовісність працівників ЗМІ. Інша річ, що такі очікування не завжди справджуються. Великий резонанс викликали скандали навіть в провідних американських виданнях, коли журналісти свідомо фабрикували свої репортажі про актуальні політичні і міжнародні події.

Прямі телевізійні трансляції операції «Буря в пустелі», збройних заворушень у Москві 1993-го, війна НАТО проти Югославії, американсько-британська військова кампанія в Іраку, і, нарешті, та «п'ятиденна війна» Росії проти Грузії змушували уряди різних країн стежити за цими подіями через телепередачі.

По-четверте, ЗМІ визначають порядок денний для обговорення і прийняття рішень урядом у сфері зовнішньої політики.

По-п'яте, мас-медіа служать сигнальною системою, якою користується уряд для поінформування про свої дії уряду іншої держави.

Звернення американського президента під традиційною назвою «Про становище в країні» вже тривалий час сфокусовані не стільки на власних американських проблемах, скільки на поясненні цілей і оголошенні дій США на міжнародній арені.

По-шосте, національні ЗМІ можуть бути використані іноземними урядами для впливу на зовнішній курс країни [7].

Про ступень впливу глобальних ЗМІ на світову політику засвідчує і той факт, що глобальні телевізійні мережі новин розглядаються урядами держав як безпосередній інструмент впливу не тільки на широкі суспільні маси, алей на політичну і дипломатичну еліту різних країн [8, с. 103].

Якщо О'Тэффернан відзначав роль ЗМІ у презентації неурядових організацій та забезпеченні їхнього впливу на державну політику, то події останніх років дають підстави стверджувати, що мас-медіа представляють світовій спільноті новоутворені держави, які прагнуть отримати повне міжнародне визнання.

Ілюстрацією цієї тези є прагнення нових держав на території колишнього Радянського Союзу, колишньої федеративної Югославії утвердитися як у самих світових мас-медіа, так і через них — в очах світової спільноти як нових рівноправних суверенних держав.

Важливе місце в мережі глобальних комунікацій займає система міжнародних новин. Одним з ключових факторів, що вплинули на створення сучасної системи міжнародних новин, став технологічний прогрес (удосконалення засобів зв'язку, розповсюдження персональних комп'ютерів та Інтернету, супутниковий зв'язок), а також економічна глобалізація.

Лідери глобального мовлення теленовин – американська телекомпанія CNN і британська BBC World. Їх головними конкурентами виступають великі регіональні мережі новин: Euronews, Sky News, Deutsche Welle, Eurosport-news в Європі, Al-Jazeera, Al-Arabiya, ANN в арабських державах та інші. Росія також прагне до створення власних глобальних телеканалів. Вже майже по всьому світу здійснюється трансляція міжнародної версії телеканалу «Росія», «РТР-Планета», ЗАО «Первый канал. Всемирная сеть». Звичайно поки що російські міжнародні інформаційні канали неможливо порівнювати за ступенем впливу із західними, але з часом вони стають все більш конкурентоспроможними. Як було вже зазначено вище, особливо це стосується терен колишнього Радянського Союзу.

Українська дослідниця О. Ваганова, оцінюючи вплив змін, які втілюють перехід до інформаційного суспільства, а також ролі ЗМІ на правила гри у сфері сучасної дипломатії виокремлює наступні тенденції: 1) збільшення значення «м'якої сили» – такого підходу до дипломатії, який забезпечує реалізацію інтересів за допомогою переконання, розповсюдження ідей, цінностей, норм, законів та культурних компонентів; 2) зниження державного контролю над зовнішньополітичною інформаційною діяльністю, її децентралізація; 3) доступність зовнішньополітичної інформації широким колам громадян, зникнення монополії еліти на продукування та розповсюдження транскордонної інформації; 4) зростання публічності дипломатії; 5) перехід від жорсткої інформаційної ієрархії до інформаційного зрівняння, коли багато акторів, у тому числі неурядових, стають «представниками держави на міжнародній арені»; 6) поширення віртуальної дипломатії і медіа-дипломатії; 7) часовий пресинг; 8) ускладнення розвитку зовнішньої політики держав через те, що ЗМІ вводять нових акторів у зовнішньополітичний процес, постійно додають нову інформацію, розширюють масштаб цілей та критеріїв, що використовуються для політичних рішень шляхом введення неполітичних (наприклад, екологічних або етичних) факторів до ситуації, яка розглядається. Виникає потреба приділяти особливу увагу до інформаційного забезпечення державних інтересів, керувати ЗМІ; необхідність бути самостійним компетентним гравцем на інформаційному полі (для чого потрібно освоювати нові інформаційні технології, наприклад, Інтернет). Можна сказати, що інформаційні технології та глобальні інформаційні системи вирішально впливають на процес поступу і інформаційна складова великою мірою визначає сьогодні силу держави. І все ж таки, робить висновок вітчизняна дослідниця, вплив медіа великою мірою залежить від політичної ситуації та схильності офіційних осіб діяти відповідним чином [9, с. 11].

Таким чином, роблячи загальні висновки зауважимо, що наприкінці ХХ-го й початку ХХІ ст. відбулися значні зміни в світовій політиці. Насамперед це пов'язано із постійно зростаючою роллю інформаційних технологій в цілому, та засобів масових інформації зокрема в міжнародних відносинах. Саме вони формують сьогодні новий рівень зв'язків поміж країнами світу, створюючи глобальну інфраструктуру і проникаючи практично в усі сфери міждержавного життя. Сьогодні світ підпорядкований негласному правилу: реальна подія є тільки тоді суттєвою і значущою, коли про неї широкому загалу розповіли засоби масової інформації.

Для України, яка на початку ХХІ століття опинилася в ситуації, коли необхідно остаточно визначатися відносно власного геополітичного вибору, потреба адаптуватися до нових умов конкуренції на зовнішньополітичній арені, в тому числі протистояти загрозам власній безпеці в інформаційній галузі набула особливої ваги.

Список використаних джерел

1. Пантелєєв В.В. Історична періодизація інформаційно-психологічного впливу ЗМІ / В. В. Пантелєєв // Політичні технології – спецвипуск Українського центра політичного менеджменту – К., 2008 – С. 313-321.
2. Statistical Yearbook 2009. – N.-Y.: UNSD, 2010. – 805 p.
3. Інформаційний простір України здався в полон Росії, а телебачення і радіо стали антидержавними – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://telekritika.ua/news/2008-05-08/38259>.
4. Средства массовой информации – Ватиканы современного мира // Washington ProFile. – [Електрон.ресурс].- Режим доступу: <http://www.washprofile.org/en/comment/reply>.
5. Філенко І. Євроатлантичний вибір України в російських ЗМІ / І. Філенко // Дослідження світової політики: Зб. Наук.праць. Вип. 4 (57) – К.: ІСЕМ НАНУ. – 2011 – С. 266-270.
6. Cohen B. The Press and Foreign Policy, Princeton / B Cohen. - NJ: Princeton University Press – 1963. – 288 p.
7. O’Heffernan P. Mass Media and American Foreign Policy: Insider Perspectives on Global Journalism and the Foreign Policy Process / P. O’Heffernan – Norwood, NJ: Ablex – 1991. – 262 p.
8. Цыганков П.А. Акторы и факторы в международных отношениях и мировой политике / П.А. Цыганков // Теория международных отношений: Хрестоматия – М., 2002. – М.: Гардарики, 2002. – 400 с.
9. Ваганова О. В. Роль засобів масової комунікації у процесі глобалізації / О.В. Ваганова // Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата політичних наук за спеціальністю 23.00.03 – «Політична культура та ідеологія» – Інститут міжнародних відносин Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. – Київ, 2002. – 14 с.