

РОЛЬ МЕДІА-ДИПЛОМАТІЇ ЯК ФОРМИ СТРАТЕГІЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ У ФОРМУВАННІ ЗОВНІШНЬОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ

Галака О.В.,

студентка IV курсу, МВ ІД-17

ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна

e-mail: HalakaOV@krok.edu.ua

Маруховський О.О.,

к.політ.н., доцент кафедри міжнародних відносин та журналістики

ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК» м. Київ, Україна

e-mail: OlegM@krok.edu.ua

Відомо, що в даний час існують кілька теорій взаємодії ЗМІ та політичних діячів, виділених американськими вченими Б. Джонсом і М. Вольф, Перша з них - теорія впливу (*influence theory*), згідно якої ЗМІ диктують політикам, що думати. Друга - теорія постановки порядку денного (*agenda setting theory*): ЗМІ диктують політикам, про що думати. Третя - теорія вказівок (*indexing theory*): політики диктують ЗМІ, про що писати і четверта, теорія детекції (*detection theory*), згідно якої політики і ЗМІ конкурують, щоб визначити, охарактеризувати і розставити пріоритети в складних множинних потоках інформації [1, с.1]. Окрім перерахованих вище, існує ще одна теорія - **теорія медіадипломатії (*media diplomacy*)**, яку прихильники теорії детекції критикують, тому що в ній надається надмірно велике, на їхню думку, значення впливу ЗМІ на зовнішньополітичний процес держави.

Як бачимо, перераховані вище теорії взаємодії і взаємозалежності ЗМІ і уряду розрізняються оцінкою ступеня глибини взаємозалежності цих двох складових. Відповідно до теорії детекції та ЗМІ, політики також залучені в складний інформаційний процес. Кожен учасник процесу переслідує свої цілі, але було б зайвим спрощувати бачення цього процесу, дотримуючись точки зору прямого впливу: ЗМІ на політиків чи політиків на ЗМІ. Деякі дослідники (Ш. Айенгар, Р. Л. Бер) [2] вважають, що в даний час немає явних прикладів прямого впливу ЗМІ на формування зовнішньополітичного курсу будь-якої країни, але доведено, що ЗМІ можуть поставити тональність політичного процесу шляхом направленої критики і розставлених акцентів в інформаційному потоці, отже, це означає, що ЗМІ безпосередньо впливають на політичний процес.

Також варто зазначити, що розширеною інтерпретацією вищевикладеної теорії детекції є точка зору на участь ЗМІ в політичних процесах німецьких вчених К. Вольтмера і С. Кох-Баумгартена [3]. Вони стверджують, що при відборі і виявленні тематики для трансляції ЗМІ інформації, за допомогою чого і відбувається формування обстановки з інформаційним бекграундом, тобто, атмосфери політичного процесу, на ЗМІ впливають два істотних фактори, про які докладно йтиметься нижче.

Перший фактор - це альянс ЗМІ з якоюсь політичною ідеологією, або політичною партією, який зазвичай позначається як ангажованість, упередженість або новинна інтерпретація.

Другий фактор - це усталений алгоритм роботи ЗМІ, який визначає професійні стандарти і професійні рутинні операції журналістів, які відображаються на відборі і поданні глядачеві політичних новин. Найбільш помітна особливість відбору новин - це визначення такого параметра, як цінність події в контексті інтересу для глядача - наскільки в освітленні новинної події присутні такі елементи, як конфлікт, драма, персоніфікація. Навіть якщо журналісти прагнуть стояти на позиціях нейтралітету в освітленні якої-небудь події, сам усталений алгоритм роботи ЗМІ до якого він належить, призводить до того, що висвітлення політичних подій в спробах привернути увагу глядача формується в залежності від загальної лінії політики даного ЗМІ і часом навіть спотворюється.

Варто також докладніше зупинитися на положеннях згаданої вище теорії медіадипломатія (media diplomacy). В даній теорії відзначається висока значимість ЗМІ у впливі на політичний процес, а також робиться акцент на тому, що на процес прийняття політичних рішень активно впливають зв'язку з громадськістю.

При цьому медіадипломатія визначається як форма стратегічної комунікації, яка може включати в себе зустрічі між лідерами держав і дипломатами, інтерв'ю журналістам, публічні виступи, а також ретельно зрежисовані фотосесії політиків для досягнення максимального охоплення глядацької і читацької аудиторії. Крім того, медіадипломатія дозволяє політичним діячам використовувати ЗМІ для того, щоб передавати повідомлення главам конкуруючих держав та іншим учасникам процесу, і як інструмент медіадипломатії може використовуватися навіть свідомо спланований політиками витік інформації.

Про роль медіадипломатії у формуванні зовнішньої політики держави говорить кейс-стаді Й. Коена, який ще 1986 року провів дослідження впливу ЗМІ на зовнішньополітичний курс Великобританії шляхом вивчення взаємин ЗМІ і МЗС цієї країни [4]. Й. Коен сформулював основні характеристики медіадипломатії. Ті характеристики, які описав Й. Коен для ЗМІ Великобританії, цілком можна застосувати і для сучасних телерадіокомпаній. Якщо застосувати основні особливості медіадипломатії, виявлені Й. Коеном, і проаналізувати їх застосування в реаліях сучасного суспільства, то виділені їм 4 елементи медіадипломатії цілком можна застосувати до сучасних ТРК:

1) ЗМІ є джерелом інформації для декількох груп учасників процесу формування зовнішньополітичного курсу: для дипломатів за кордоном, для міністрів і урядовців, для суспільства в цілому.

2) ЗМІ служать каналом зв'язку між суспільством і політичними діячами з питань дискусій про зовнішньополітичний курс і в питаннях відображення цих дискусій. в громадській думці стосовно політичних діячів.

3) Медіадипломатія асоціюється з концепцією впливу: ЗМІ визначають, які області і аспекти політики будуть ними висвітлюватися, і таким чином ЗМІ впливають на зміни політичного курсу.

4) Медіадипломатія стосується способу організації каналу зв'язку, забезпеченого ЗМІ між урядом і суспільством інших країн: трансляції курсу

уряду в редакторській обробці ЗМІ, і розкриття для широкої публіки тієї інформації, яка може впливати на зміну зовнішньополітичного курсу.

Відповідно до цієї формули, диктор на телебаченні передає глядацької аудиторії інформаційне повідомлення, яке супроводжується аналітичним коментарем, тональність якого може варіюватися від негативного до позитивного, і таким чином у глядацької аудиторії (соціальної групи) виробляється ставлення до озвученої в інформаційному повідомленні проблеми, відповідно в діапазоні від негативного до позитивного.

Список використаних джерел:

1. Jones B. D., Wolfe M. *Public Policy and the Mass Media: An Information Processing Approach. Proceedings of European Consortium for Political Research. Workshop on Public Policy and the Mass Media: Influences and Interactions. Helsinki, 2007. 22 p.*
2. Behr R. L., Iyengar S. *Television news, real-world cues, and changes in the public agenda. Public Opinion Quarterly. 1985. No. 49 (1). P. 38-57.*
3. Voltmer K., Koch-Baumgarten S. *Mass Media and Public Policy – is there a link? Public Policy and the Mass Media. The Interplay of Mass Communication and Political Decision Making. London: Routledge, 2010. 256 p.*
4. Kohen Y. *Media Diplomacy: The Foreign Office in the Mass Communications Age. Routledge, 1986. 208 p.*