

СУЧАСНІ ЗОВНІШНЬОПОЛІТИЧНІ КОНЦЕПЦІЇ У ВИКЛАДАННІ КУРСУ ЗОВНІШНЬОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

Методи і інструменти зовнішньої політики традиційно поділяють на чотири групи: це власне дипломатичні засоби, які включають традиційні канали комунікацій між урядами та зовнішньополітичними відомства країни; міждержавні економічні відносини і засоби економічного впливу; військові засоби; та засоби, які Г. Алмонд визначив як “символічні” [1]. До останніх належить широке коло інструментів, зміст дії яких полягає у намаганні вплинути на громадську думку країни-партнера (або опонента). Зокрема, це так звані “публічна дипломатія”, “народна дипломатія”, “культурна дипломатія”, “м’яка сила” і т. ін. [2, 3]

Хоча наявність інструментарію “символічної” дипломатії у зовнішніх політиках країн світу можна простежити досить здавна, можна також констатувати, що його значення актуалізується і невинно зростає протягом ХХ – поч. ХХІ ст. Такий процес є вочевидь пов’язаним із феноменом становлення сучасного масового суспільства із його провідними особливостями – політичною демократією і прогресуючою інформатизацією. Ці процеси є взаємопов’язаними, і обидва вони мають зовнішньополітичні наслідки. Демократизація суспільств робить зовнішню політику країн залежною від громадської думки та вразливою перед її коливаннями. Інформатизація надає технічну платформу для формування суспільної думки та демократизує саму суспільну дискусію.

Досвід поширення засобів масової інформації було узагальнено У. Ліппманом, який процес формування громадської думки у процесі дискурсу за посередництва і активної участі ЗМІ порівняв із класичним образом печери у діалозі Платона “Держава” [4, 5]. У дещо спрощеному вигляді це можна трактувати як вплив ЗМІ на громадську думку, яку вони формують, або яка формується за їх посередництвом. Концепції пропаганди, розроблені у середині ХХ ст. якнайповніше окреслювали можливості та цілі прямого інформаційного впливу на громадську думку. П. Лайнбергером було запропоновано концепцію “психологічної війни”, яка об’єднує пропагандистські аспекти будь яких інших дій зовнішньої політики задля досягнення певної політичної цілі [6].

Мережеві засоби масової інформації, засоби Web 2.0, які передбачають елементи інтерактивності, активну роль читачької аудиторії, двобічний обмін думками та інформацією дещо змінюють навіть ці реалії, сподобляючи світ “глобальному селищу” (вислів М. Маклуена [7]).

Втім, зменшуючи “соціальні дистанції” інформаційні технології мережевого суспільства тим не менше не роблять політичний процес у сучасній державі повністю подібним до того, який спостерігався у античних полісах у класичну епоху. Причинами цього є не лише збереження інститутів представницької демократії – вони залишаються провідними, хоча, за поширення засобів мережевої інтерактивності інститути прямої демократії стають усе більш помітними, - але й специфічні умови мережевого спілкування. Саме по собі воно не є “прямим”. Якнайчастіше, воно опосередковане мережевою анонімністю, та численними іншими, не рівними громадянину суб’єктами інформаційної активності.

Усвідомлення, наскільки актуальною є остання обставина, лише зараз приходиться до експертної спільноти і політичних кіл. Своєрідним шоком тут стало виявлення ефективних засобів впливу на громадську думку, розроблених і задіяних спецслужбами (конгломератом державних та наближених до правлячого режиму недержавних спецслужб Російської Федерації) у ході протистояння, розгорнутого слідом за розв’язуванням гібридної війни проти України на початку 2014 р.

За наявними на даний момент відомостями, зовнішня політика РФ будувалася на доктрині “гібридного конфлікту”, частково окресленої у роботі начальника генерального штабу ВС РФ “Цінність науки у передбаченні” (2013 р.) [8]. Суто військова та інформаційна компоненти були у ній тісно інтегровані із єдиною ціллю – справленням деморалізуючого впливу на суспільство країни-противника із метою позбавлення його волі до опору та формування бажаного обрису післявоєнного миру. У ході протистояння із країнами Заходу було використано широкий арсенал засобів інформаційного впливу задля проникнення у їх політичну сферу через маніпулювання громадською думкою і формування нових політичних реалій (втручання у суспільну дискусію щодо Brexit-у у Великій Британії, кризи із біженцями у країнах Центральної Європи, президентські вибори 2016 р. у США і т. ін.).

Сучасна російська “символічна дипломатія” нагадує за своїм інструментарієм радянську, але є більш гнучкою. Політичними партнерами, які отримують інформаційну підтримку, є політичні сили країн-об’єктів будь-якого спрямування, активність яких дестабілізує суспільство. Широко використовуються можливості технологій Big Data –

відомість отримала приватна британська компанія Cambridge Analytica із політичного консалтингу, діяльність якої засновувалася на збиранні, переважно у соціальних мережах, даних про громадян із метою створення їх соціально-психологічних характеристик, та застосування дієвих технологій спрямованого інформаційного впливу.

Широке використання специфічних не відповідних громадянину мережевих інформаційних агентів дало змогу казати про розвиток “обчислювальної пропаганди” (computational propaganda). Оксфордським проектом із дослідження “обчислювальної пропаганди” (Computational Propaganda Project) це поняття визначається як широка мережа автоматизованих агентів, розподілених поміж багатьма медіа платформами із метою відволікати, засмічувати та вводити в оману громадську думку [9]. Переважними її методами є поширення неправдивих новин, так званих “fake news” і симуляція широкої громадської позиції у мережах із певного приводу [10].

У цілому, з огляду на новітні тенденції, постає завдання інтеграції зовнішньополітичного курсу країни у певну єдність, які відзначається наявністю певної стратегії у використанні різних інструментів сучасної зовнішньої політики із єдиною метою та “оркеструванням” її засобів. Дослідником Інституту світової політики (World Policy Institute, м. Вашингтон) Дж. Ленцовским було запропоновано концепції “повноспектрової дипломатії” та “інтегрованої стратегії” [11]. Вони є комплексними зовнішньополітичними стратегіями із інформаційними і комунікативними компонентами [12].

Доктринальна єдність зовнішньої політики України забезпечується її курсом на євроатлантичну інтеграцію. Ефективність зовнішньої політики України багато у чому залежить від ефективного взаємодії у рамках структур НАТО, які буквально знаходяться на передовому рубежі протистояння російській інформаційній агресії. Впровадження концепції стратегічних комунікацій у комунікативне поле України та у її взаємодію із зовнішніми партнерами також дозволяє підвищити дієвість внутрішньої та зовнішньої політичної та інформаційно-політичної взаємодії.

У той же час, вітчизняна дипломатія має відповідати на виклики, сформовані тривалою слабкістю зовнішньої політики країни, яка підпорядковувалася вузько корпоративним інтересам і знаходилася у тіні зовнішньої політики Росії. Відповідно, традиційно слабкими та такими, які потребують уваги, є іміджеві і регіональні її аспекти. Формування іміджу країни є важливим з огляду на важливість громадської думки для легітимізації зовнішньополітичного курсу щодо України у країнах-партнерах, що було досить яскраво виявлено на прикладі подій, пов’язаних із нідерландським референдумом щодо Європейської Асоціації України у 2016 р., які є типовими щодо

проблеми. Українське питання було включене у контекст боротьби місцевих політичних сил (зокрема, євроскептиків), що обумовило його внутрішньополітичну актуальність, противники євроасоціації скористалися із відсутності сформованого іміджу України у нідерландській аудиторії, нав’язавши її стандартний образ пострадянської “країни зі Сходу Європи”. Можна прогнозувати, що брак образу України у суспільній свідомості країн Заходу і надалі справлятиме негативний вплив, розширюючи можливості для негативного для країни маніпулювання громадською думкою із боку зовнішньополітичних опонентів.

Використання концепцій “повноспектрової дипломатії” та “інтегрованої стратегії” дозволяє найбільш повним чином охопити характерний для сучасних засобів зовнішньої політики спектр використовуваних засобів та надати систематичне уявлення про їх використання у зовнішній політиці країни задля досягнення цілей упроваджуваного політичного курсу.

Список літератури

1. G. A. Almond, "Public Opinion and National Security Policy," (in 2), *The Public Opinion Quarterly*, vol. Vol. 20, no. N 2, pp. P. 371-378, 1956.
2. P. A. Smith, *On political war*. Washington, DC: National Defense University Press : for sale by the Supt. of Docs., U.S. G.P.O., 1989, pp. xix, 279 p.
3. M. C. J. Cummings, *Cultural Diplomacy and the United States Government: A Survey*. Washington, DC: Center for Arts and Culture, 2003, p. 15 p.
4. W. Lippmann, *Public opinion*. New York,: Harcourt, 1922, pp. x, 427 p.
5. Платон, *Государство / Пер. с древнегреч. А.Н. Егунова. Вступ. ст. Е.Н. Трубец кого. Комментар. В.Ф. Асмуса. Примем. А.А. Тахо-Годи* (Философские технологии). Москва: Академический проект, 2015, p. 398 с.
6. P. M. A. Linebarger, *Psychological warfare*, 1st ed. Washington,: Infantry Journal Press, 1948, pp. xiii, 259 p.
7. M. McLuhan, *The Gutenberg galaxy; the making of typographic man*. Toronto: University of Toronto Press, 1962, p. 293 p.
8. В. Герасимов, "Ценность науки в предвидении," in *ВПК: Военно-промышленный курьер: (Общероссийская еженедельная газета)*, В. Герасимов, Ed., ed, 2013.
9. S. C. Woolley and P. N. Howard, "Automation, Algorithms, and Politics: Political Communication, Computational Propaganda, and Autonomous Agents," (in 2), *International Journal of Communication*, vol. Vol. 10, no. October 12, 2016, 2016.
10. H. A. Ünver, "Computational Diplomacy", Centre for Economics and Foreign Policy Studies, Kadir Has University. November 2017 2017, Available: <http://www.jstor.org/stable/resrep14045>.
11. J. Lenczowski, *Full spectrum diplomacy and grand strategy : reforming the structure and culture of U.S. foreign policy*. Lanham, Md.: Lexington Books, 2011, pp. xv, 213 p.
12. М. М. Рижков, "Grand Strategies": актуалізація американського досвіду стратегічного планування. К.: Видавництво „Алькор”, 2006, p. 247 с.