

*Малиновська Н.В., аспірантка кафедри
міжнародної інформації Східноєвропейського
національного університету імені Лесі Українки
Науковий керівник професор, доктор політичних
наук, Тихомирова Є.Б.*

ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНА СКЛАДОВА ЗОВНІШНЬОЇ ПОЛІТИКИ ФРАНЦІЇ В АРАБСЬКИХ КРАЇНАХ

Постановка наукової проблеми та її значення. З обранням нового президента Франсуа Олланда, Франція досі залишається у пошуках зовнішньополітичного вектору. У своїй передвиборчій програмі нинішній президент робив акцент на мусульманах, пообіцявши амністію для 400 тис. нелегальних іммігрантів-мусульман та надання їм права голосу на муніципальних виборах без французького громадянства. Насправді ж зовнішня політика Франції не змінюється, більше зазнає змін її інформаційний супровід. Важливе місце у французькій зовнішній політиці має висвітлення її діяльності, поширення французької мови, традицій, культури. Відповідно ключова роль у цьому належить Міністерству зовнішніх справ Франції, який є найголовнішим органом комунікації Франції з іншими країнами. Йому підпорядковані державні аудіовізуальні засоби масової інформації, головним чином, спрямовані на трансляцію у колишніх колоніях.

Аналіз останніх досліджень. Перш за все варто зазначити, що більшість досліджень по запропонованій темі завершується кінцем ХХ ст., а відповідно не приділяється належна увага змінам комунікаційного супроводу у новій політиці Франції в арабському регіоні. Вагомим внеском є монографії О. Карбасової [2], С. Зінько [1], Є. Обичкіної [3]. Значно більша увага окремим видам комунікації приділена Н. Саяховою [6]. Для цілісного розуміння ролі комунікації у зовнішній політиці держави використовувалися напрацювання Б. Ісаєва [7], Є. Тихомирової [8], С. Трояна [9].

Метою дослідження є аналіз інформаційно-комунікаційної складової зовнішньої політики Франції в арабському регіоні, що передбачає вирішення таких завдань, як: 1) визначення ролі комунікаційного супроводу у зовнішній політиці; 2) розгляд головних аудіовізуальних ЗМІ Франції, спрямованих на

арабський регіон; 3) оцінка інформаційно-комунікаційних засобів у зовнішній політиці Франції в арабських країнах.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Зовнішня політика будь-якої держави спрямована, у першу чергу, на захист національних інтересів дійсних чи надуманих. Під національним інтересом варто розуміти національно-державний інтерес, як основоположну зацікавленість держави у здійсненні такого внутрішньо- та зовнішньополітичного курсу, який би забезпечував захист її інтересів, стабільний розвиток, суверенітет [9]. Проте успішність зовнішньої політики залежить не лише від вірно обраної стратегії, дипломатії та інших аспектів. Важливу роль в успішній зовнішній політиці відіграє її інформаційно-комунікаційна підтримка. Відповідно значну увагу держава повинна приділяти якості інформації про свою діяльність.

Найчастіше термін «зовнішня політика» трактують, як «загальний курс держави у міжнародних справах, який регулює взаємовідносини з іншими державами та інститутами відповідно до потреб, принципів та цілей її внутрішньої політики» [5, с. 222]. У цьому контексті необхідно більш детально розглядати, не лише як визначається зовнішня політика, але й які органи впливають на її формування. Варто зазначити, що Франція має розгалужену систему відомств, що займаються розробкою і здійсненням політики в арабських країнах. Вона складається з:

- апарату президента республіки;
- кабінету прем'єр-міністра;
- міністра закордонних справ (МЗС);
- міністра-делегата з питань співробітництва;
- держсекретаря з питань франкофонії;
- казначейського управління міністерства фінансів;
- французької каси розвитку;
- міністерства внутрішніх справ;
- генерального штабу збройних сил;

- генеральної дирекції зовнішньої безпеки [10].

Зовнішня політика країни є практичним втіленням міністерством зовнішніх справ або подібним йому зовнішньополітичним відомством основних принципів міжнародної політики держави, які виробляються державними структурами і покликані відобразити національні інтереси держави [9]. Відповідно, головним завданням зовнішньої політики Франції є захист національних інтересів, позаяк, зовнішньополітична стратегія зазнавала змін залежно від подій на міжнародній арені.

Відтак, після того, як у 1960-х рр. Франція надала суверенітет своїм колоніям в арабському регіоні, їй довелося розпочинати нову зовнішню політику. Особливо складним дане питання виявилось для африканських країн, оскільки впродовж багатьох десятиліть завдяки інформаційному супроводу в основі зовнішньополітичного впливу була ідеологія франко-африканської держави, деякі принципи якої у дещо зміненому вигляді поширені і сьогодні [2, с. 163].

Наступною зміною у світовій політиці, що підштовхнула Францію до змін у зовнішній політиці, стало завершення холодної війни. Як і двадцять років тому, Франції прагне зберегти за собою роль держави з європейською і глобальною відповідальністю, проте всі її прагнення зіштовхуються з інтересами США, Європи і так званими «зонами глобальної відповідальності Франції», які тісно пов'язані з її минулою колоніальною величчю.

Позиціям Франції у Середземномор'ї та Африці – у традиційних зонах французького впливу, які зберегли пам'ять про колоніальне минуле – загрожує посилення гегемоністських тенденцій у зовнішньополітичному курсі США та її економічна перевага над Францією. Обмеженість у матеріальних засобах, неефективність французької економічної допомоги і воєнного втручання в Африку змусили Париж шукати шляхи становлення «нового партнерства» з колишніми колоніями [3, с. 82–83].

Комунікаційний супровід «нового франко-африканського партнерства» передбачав роботу зі створення Францією необхідного комунікаційного

середовища, яке включає в себе ряд елементів. Відтак, у політичному дискурсі Франція підкреслює свободу, самостійність і незалежність африканських країн в економічній та військовій сфері. У культурі робиться акцент на історичній близькості Франції і африканських держав.

Крім того, новим засобом комунікаційного менеджменту «нового франко-африканського партнерства» є пропаганда. Пропаганда використовується як засіб поширення ідей партнерства і діалогічності у взаємовідносинах між державами. Пропаганда полягає в упровадженні у комунікаційне середовище елементів, покликаних підкреслити переваги для африканських держав нового формату відносин [2, с. 187].

Аналізуючи політику Франції у Середземномор'ї та Африці, необхідно відзначити і той факт, що незважаючи на всі суперечності зовнішньої політики Франції, французький вплив в Африці сприймається відносно толерантно. Причиною цьому є своєчасне проведення деколонізації французьких колоній в Африці [2, с. 183]. Проте французька влада не може постійно розраховувати на цей ресурс, так як він обмежений часом і умовами. Про це свідчить нинішня ситуація з мігрантами у Франції. Через надмірний наплив іммігрантів, особливо з країн Магрибу, Франція була змушена обмежити в'їзд іммігрантів та прийняти ряд законів, що обмежують права мусульман. Це, зокрема, заборона носити релігійний одяг та релігійні символи у навчальних закладах середньої школи (2004 р.), купатися у басейнах у мусульманському одязі (2009 р.) та з'являтися у мусульманському одязі у громадських місцях (2011 р.) [11].

Важливе місце у зовнішній політиці займає комунікаційний менеджмент. Його головне завдання полягає у забезпеченні найбільш оптимального для Франції сприйняття її політики, залагодженні гострих моментів та налагодженні сприятливого ґрунту для політичної діяльності [2, с. 164]. Система зовнішньополітичного комунікаційного менеджменту Франції складається з наступних елементів:

- Міністерство зовнішніх справ Франції;
- Управління по комунікації та інформації;

- Державні ЗМІ;
- Французька зовнішня розвідка [2, с. 72]

Зосереджуючись на інформаційно-комунікаційному менеджменті зовнішньої політики Франції, необхідно розрізняти інформаційний та комунікаційний супровід зовнішньої політики. Комунікація – це інформаційний зв'язок суб'єкта з тим чи іншим об'єктом [8, с. 7]. Вона передбачає відносини зі зворотнім зв'язком, тобто з двонаправленим зв'язком, що здійснюється в режимі діалогу, тоді як інформаційні процеси однонаправлені, і в них діалог не обов'язково присутній.

У вузькому значенні інформаційний менеджмент розуміється як синонім «діловодства», а в широкому значенні – передбачає управління системою, «компонентами, якої є документна інформація, персонал, технічні й програмні засоби забезпечення інформаційних процесів, а також нормативно встановлені процедури формування і використання інформаційних ресурсів». Комунікаційний менеджмент, на відміну від інформаційного, передбачає регулювання комунікаційної діяльності з метою управління суспільними відносинами та капіталами [2, с. 27].

Одним із різновидів є політична комунікація. Це процес передачі, обміну політичною інформацією, який структурує політичну діяльність і надає їй нового значення, формує громадську думку і політичну соціалізацію громадян з урахуванням їхніх потреб та інтересів [8, с. 428]. Значне місце у політичній комунікації займають масові комунікації, оскільки більшість сучасних держав має республіканську форму правління і принаймні номінально належить широким верствам населення, які розглядаються як один із суб'єктів політики [7, с. 394]. Засобами масової комунікації, а саме через газети, ТБ, радіо, поширюється інформація у суспільстві. Не є виключенням Франція, яка активно використовує ЗМІ для створення позитивного іміджу в очах міжнародної громадськості, а особливо в арабському регіоні.

Починаючи з 90-х рр. XX ст. французькі державні ЗМІ зіграли важливу роль у формуванні міжнародного інформаційно-комунікаційного простору. Це

французьке інформаційне агентство «Франс-Пресс» (АФП), телевізійна мережа TV5 і міжнародне французьке радіо RFI. Головні причини створення національних комунікаційних засобів, які залишаються актуальними і сьогодні, – це створення національного незалежного інформагентства, яке могло б служити голосом нової Франції; необхідність гідно представляти інтереси Франції за кордоном; бажання французького уряду мати власне джерело інформації та позбутися конкурентів [2, с. 87].

Особливістю французьких зовнішніх засобів комунікації є те, що майже всі вони є державними та повністю контролюються МЗС Франції. Воно є найголовнішим засобом політичної пропаганди і контрпропаганди у Франції, «першоджерелом» міжнародної політичної інформації [2, с. 64]. На сайті можна слідкувати за діяльністю МЗС Франції, його співпрацею з іншими країнами. Окремий розділ присвячений франкофонії – політиці поширення французької мови за кордоном, що є одним із пріоритетних напрямків у зовнішній політиці Франції та сприяє її успішному впровадженні [4].

Офіційний сайт МЗС Франції є головним засобом комунікації. Інформація, яка висвітлюється на сайті, є базою даних із зовнішньої політики Франції, яка дає можливість координувати дії центральної адміністрації МЗС і його представництв, в такий спосіб досягаючи злагодженості у зовнішньополітичній діяльності.

Більш детально розглянемо аудіовізуальні та друковані засоби масової інформації Франції, чия діяльність спрямована на арабський регіон.

Агентство «Франс-Пресс» (АФП), яке від 1957 року має статус самостійної юридичної особи, є одним з найбільших інформаційних агентств у світі. Велику роль в отриманні ним цього статусу зіграв один з перших керівників агентства Жан Марен. Він запропонував теорію «трьох сегментів» – розглядати як клієнтів АФП: 1) національну пресу; 2) державу; 3) клієнтів з-за кордону, яка лягла в основу діяльності агентства «Франс-Пресс». У подальшому питання статусу АФП піднімалося неодноразово. Нині агентство «Франс-Пресс» розвивається в межах свого статусу, який суттєво не змінився з моменту свого

прийняття. Щорічно масштаби діяльності АФП розширюються, а відповідно агентство потребує збільшення фінансування

Інформаційне агентство «Франс-Пресс» виходить англійською, французькою, іспанською, німецькою, португальською, арабською мовами. Регіональні редакції АФП мають вісім різних напрямків та працюють для Далекого і Близького Сходу, для англомовної Африки, франкомовної Північної Африки і держав, які знаходяться на півдні від Сахари, для Латинської Америки і Карибських островів, де населення розмовляє іспанською, для арабських країн, де населення розмовляє арабською мовою.

У кожній з цих редакцій пропорція новин, що стосуються регіону, коливаються від 40% до 60%. Кожна регіональна редакція відповідає за поширення матеріалів на своїй території. Філіали АФР знаходяться у 165 країнах світу, з них 13 на Середньому Сході: в Аммані (Йорданія), Бейруті (Ліван), Каїрі (Єгипет), Судані, Дамаску (Сирія), Дубаях (ОАЕ), Омані (Саудівська Аравія), Іраці, Ємені, Тегерані (Іран), Єрусалимі (Ізраїль), секторі Газа (Палестинська територія) [6].

Наступним за рівнем ефективності засобом масової інформації у Франції, що діє на міжнародному рівні, є телевізійний канал TV5. З самого початку канал був орієнтований на франкофонну аудиторію. Метою створення телемережі стало культурне і політичне об'єднання країн навколо «ідеолога» інтегрованого франкофонного простору – Франції. До сьогоднішнього дня TV5 знаходиться на державному фінансуванні, а його робота контролюється МЗС Франції. На каналі регулярно з'являються передачі про країни Африки та Близького Сходу, здебільшого історичного, краєзнавчого, культурологічного напрямку [2, с. 90-91].

Окрім TV5, важливу комунікаційну роль відіграє ще один канал – Canal France International. Його першочергове завдання полягало у представленні передач французькою мовою радіо- і телетрансляціям франкофонним країнам Магрибу, Центральної Африки та Азії. У такий спосіб Франція поширює свої культурні цінності. Їхнє поширення створювало хороший фундамент для

здійснення політичного впливу у цих регіонах [2, с.92]. Успішне поширення аудіовізуальних засобів в арабському регіону сприяв і той факт, що вітчизняні арабські канали піддавалися ігноруванню. Для прикладу, тривалий час у країнах Магрибу були присутні тільки французькі телеканали «France-2» і «France-5» [1, с. 32]. Значно меншу аудиторію має радіо RFI. RFI є державним радіо і повністю фінансується МЗС Франції. При цьому радіо контролюється одразу двома органами – МЗС Франції та Міністерством культури і комунікації Франції [2, с. 91].

Важливим засобом комунікації є широко поширені друковані видання. Серед них найбільш авторитетним є щоквартальний інформаційний журнал МЗС «Лабель Франс» («Label France»). Журнал друкується на дев'яти мовах та поширюється за кордоном. Також журнал можна побачити в електронному форматі на сайті МЗС [2, с.79].

Варто також зазначити, що однією з головних умов успішного просування французьких ЗМІ є використання французької мови, приблизно на тому ж рівні, що і арабською, залежно від країни. Лінгвістична складова, що відіграє визначальну роль у здійсненні інформаційної політики на Близькому Сході, має вагоме підґрунтя. Арабська мова в ісламському світі відіграла роль латини, а фарсі – французької мови [1, с. 32].

Висновки. Головним завданням зовнішньої політики держави є захист національних інтересів. На сьогодні засоби комунікації є найпродуктивнішим методом формування громадської думки. Як доказ цьому є виокремлення політичної комунікації. Держави витрачають величезні кошти для пропаганди, PR, створення позитивного іміджу у світі. Відповідно для цього створюється мережа комунікаційного простору, до якої належать ЗМІ. Для того, щоб зберегти свій вплив у арабському регіоні, Франція поширює франкомовні друковані та аудіовізуальні ЗМІ – новини інформаційного агентства «Франс-Пресс», канали TV5, RFI, газету «Label France». Той факт, що вони повністю фінансуються з державного бюджету та є підконтрольні МЗС Франції, свідчить про серйозність намірів Франції щодо збереження своїх позицій в арабському

регіоні. ЗМІ Франції в арабських країнах можна розглядати як окрему одиницю, а також як елементи системи зовнішньої політики Франції. Місія ЗМІ в поширенні французької мови та культури свідчить про те що, Франція прагне зберегти сферу впливу в арабських країнах та налагодити дружні партнерські відносини. Подібною політикою Франція готує надійний ґрунт для політичного впливу в арабському регіоні.

Перспективи подальших досліджень будуть пов'язані з пошуком нової стратегії комунікаційного менеджменту зовнішньої політики Франції, який не тільки відповідатиме французьким національним інтересам, а і політиці Франції з арабськими країнами, зовнішньополітичними амбіціями Франції, а також економічному потенціалу держави.

Список використаних джерел та літератури:

1. Зінько С. Ю. Країни Близького Сходу в сучасних міжнародних інформаційних відносинах: [Монографія] / Соломія Юріївна Зінько. – Львів : Ліґа-Прес, 2009. – 364 с.
2. Карбасова О.В. Коммуникационный менеджмент во внешней политике Франции в конце XX века: [Текст] / Ольга Вячеславовна Карбасова. – М. : Международный центр социально-политических исследований консалтинга, БФРГТЗ «Слово», 2010. – 266 с.
3. Обичкина Е.О. Франция на рубеже XX-XXI веков: кризис идентичности: [Монографія] / Евгения Олеговна Обичкина. – М. : МГИМО, 2003. – 137 с.
4. Офіційний сайт Міністерства зовнішніх справ Франції [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.diplomatie.gouv.fr>.
5. Політологічний енциклопедичний словник / Упорядник В.П. Горбатенко; За ред. Ю.С. Шемшученка, В.Д. Бабкіна, В.П. Горбатенка. – 2-е вид., доп. і перероб. – К.: Генеза, 2004. – 736 с.
6. Саяхова Н.В. Роль и место агентства «Франс-Пресс» в мировых информационных процессах [Електронний ресурс] // Автореф. дис. на соискание ученой степени канд. филол. наук: 10.02.04 / Наталья Владимировна Саяхова. – М., 2005. – Режим доступу: <http://www.dissercat.com/content/rol-i-mesto-agentstva-frans-press-v-mirovykh-informatsionnykh-protsessakh>.
7. Теория политики: [Учебное пособие] / Под ред. Б.А. Исаева. – СПб.: Питер, 2008. – 464 с.
8. Тихомирова Є.Б. Зв'язки з громадськістю: [Навчальний посібник] / Євгенія Борисівна Тихомирова. – К. : НМЦВО, 2001 – 560 с.
9. Троян С.С. Сучасні проблеми вивчення міжнародних відносин / Сергій Станіславович Троян [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://troyan-ss.yolasite.com/resources/deutchland/mignarodni_vidnos/MV_1.pdf.
10. Франция и Африка [Електронний ресурс] / из страницы «Франция» Гео-2000 Да Ру. – Режим доступу: <http://africana.ru/biblio/world/France.htm>.
11. Sebatian E. Islam in France / Elizabeth Sebatian [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.euro-islam.info/country-profiles/france>.