

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
КАФЕДРА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН, ІНФОРМАЦІЇ ТА
РЕГІОНАЛЬНИХ СТУДІЙ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач випускової кафедри
_____ Н. Ф. Ржевська
« ____ » _____ 2021 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА
ВИПУСКНИКА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ МАГІСТРА
СПЕЦІАЛЬНОСТІ 291 «МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ,
СУСПІЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ ТА РЕГІОНАЛЬНІ СТУДІЇ»
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ
«ЗОВНІШНЯ ПОЛІТИКА І ДИПЛОМАТІЯ»

Тема: «Технології цифрової комунікації в дипломатії ЄС: проблеми та перспективи»

Виконавець: студентка 2 курсу, 207М групи, Денисенко Вікторія Русланівна

Керівник: к.і.н. доцент кафедри міжнародних відносин, інформації та регіональних студій Боротканич Наталія Петрівна

Нормоконтролер

(підпис)

В. Ємець

КИЇВ 2021

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ І ДИПЛОМАТІЇ ЄС.....	9
1.1. Теоретичні засади вивчення цифрової комунікації.....	9
1.2. Методологія і терміносистема дослідження.....	17
1.3. Обґрунтування потреби у зв'язку між цифровою комунікацією й дипломатією.....	27
РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ЕЛЕКТРОННОГО УРЯДУВАННЯ В ДЕРЖАВАХ ЄС.....	43
2.1. Впровадження електронного урядування в ЄС: історія й сучасність...	43
2.2. Досвід Західної Європи.....	53
2.3. Досвід країн пострадянського простору: Естонія.....	69
РОЗДІЛ 3. МОЖЛИВОСТІ УДОСКОНАЛЕННЯ ЦИФРОВОЇ ДИПЛОМАТІЇ УКРАЇНИ ІЗ ВИКОРИСТАННЯМ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ДОСВІДУ.....	79
3.1. Проблемні аспекти цифрової дипломатії в Україні.....	79
3.2. Можливості використання європейського досвіду.....	85
3.3. Передові хайтек технології цифрової дипломатії, що можуть бути застосовані в Україні.....	90
ВИСНОВКИ.....	97
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	114
ДОДАТКИ.....	114

ВСТУП

Актуальність теми. Цифрову дипломатію як специфічну форму зовнішньополітичної активності сучасної держави в сфері міжнародних відносин з використанням можливостей мережі Інтернет і інформаційно-комунікаційних технологій прийнято розглядати як пріоритетну форму ведення публічної дипломатії в інтересах впливу на суспільство з різними цілями, серед яких - створення об'єктивного образу країни, формування громадської думки з певних питань, інформування зарубіжної громадськості тощо. Разом з тим існує також внутрішня й зовнішня комунікації - усередині самого відомства зовнішніх зносин і між складовими частинами системи органів вертикалі державної влади й управління, так чи інакше залучених у рамках своїх компетенцій до участі у подіях міжнародного життя.

Застосування всіх сучасних інструментів ведення електронної дипломатії необхідне для збереження й посилення статусу світової держави, ключового актора міжнародних відносин. Електронна дипломатія - не просто ефективний засіб забезпечення певних переваг у зовнішньополітичній активності держави. В XXI столітті в роботі іноземних міністерств усе більше часу приділяється саме цьому напрямку. Представляється, що без масштабного вирішення завдання цифрової дипломатії, зовнішньополітичне відомство неминуче зіштовхнеться з рядом складностей у практичній реалізації своїх завдань - дистанціюється від значимих аудиторій, буде відчувати проблеми із комунікацією з власними громадянами закордоном через традиційні засоби масової інформації, особливо при обмежених можливостях передачі повідомлень традиційними способами.

Залучення платформ електронної дипломатії стає в сучасному світі неминучим, і затримка в їхньому прийнятті призводить до того, що не виявляється фахівців, що опанували на власному досвіді інструментами цифрової дипломатії. Останнім часом практично всі зовнішньополітичні

відомства розвинених країн активно звертаються до інструментарію цифрової дипломатії.

У новій політичній реальності інформаційна взаємодія й протистояння в сфері міжнародних відносин здобуває все більшої гостроти. В усе зростаючому масштабі при цьому задіюються новітні цифрові технології здійснення зовнішньополітичних комунікацій.

Розглядаючи відповідний іноземний досвід, слід вказати, що за останній час значно активізована робота створеного влітку 2015 р. у Ризі Центру стратегічних комунікацій НАТО. Таких центрів 20. Три з них знаходяться у Країнах Балтії. Центр в Естонії займається кібербезпекою, у Литві - енергетичною безпекою, у Латвії - стратегічною комунікацією Альянсу. Місія центру полягає в проведенні досліджень і розробці рекомендацій з ведення інформаційних і психологічних операцій, пропаганди.

Щороку понад 200 млн. дол. виділяються з бюджету США на діяльність Центру глобальної взаємодії (GEC), спрямовану в т.ч. на інформаційну війну з Росією. Заявлена його головна мета - ведення й координація зусиль уряду США як для зменшення впливу іноземних терористичних організацій, так і для протидії державній пропаганді й дезінформації, які підривають інтереси національної безпеки Сполучених Штатів. Боротьба з іноземною пропагандою передбачається за допомогою, зокрема, виділення грантів журналістам, некомерційним організаціям і приватним компаніям у країнах-організаторах інформаційної експансії в США.

У цілому глобальний інформаційний простір стає полем зіткнення державних інтересів, а більшість сучасних міжнародних конфліктів також характеризуються наявністю цифрової складової. У публіцистиці й дослідницької літературі з'являються терміни "інформаційна війна", "інформаційний конфлікт", "інформаційне протиборство".

Нещодавно у Гельсінкі відкритий Європейський центр по боротьбі з гібридними загрозами. У його роботі беруть участь 12 західноєвропейських країн. Центр є платформою для співробітництва в ідеологічній сфері між ЄС і НАТО. Задекларована мета створення центру - збір і поширення інформації про гібридні загрози, пов'язані, у т.ч., з інформаційним впливом Росії на міжнародному рівні.

Нарощування зовнішньополітичного інформаційно-пропагандистського потенціалу Росії, США, НАТО, ЄС відбувається відразу за декількома напрямками. Реформуються вже діючі й створюються нові структури, виділяються значні асигнування на їхнє технічне оснащення. Задіюються передові технології сучасних стратегічних комунікацій. Очевидний пріоритет зсуву активності головним чином убік посилення комунікаційної присутності в глобальній мережі "Інтернет".

Отже, зважаючи на своєчасність та необхідність дослідження аспектів розвитку цифрової дипломатії в системі стратегічних комунікацій, стратегія побудови цифрової дипломатії в державі остаточно не сформувалась. Не зміцнюються, не розвиваються державні та громадські інститути саме цифрової дипломатії. У визначених процесах не використовується структурний, комплексний та системний підходи. Промоції українського культурного продукту та входженню України у міжнародний цифровий простір заважає недостатня кількість культурологічних досліджень. Ситуація у сфері досліджень цифрової дипломатії, її інституційних структур є проблемною та індетермінованою, що посилює актуальність дослідження.

Мета дослідження – систематизація й узагальнення відомостей щодо технологій цифрової комунікації в дипломатії Європейського Союзу. Означена мета передбачає вирішення таких науково-дослідницьких завдань:

- розгляд теоретичних засад вивчення цифрової комунікації;
- аналіз методології й терміносистеми дослідження;
- здійснення обґрунтування потреби у зв'язку між цифровою комунікацією й дипломатією;

- оцінка історії й сучасності впровадження електронного урядування в ЄС;
- виявлення досвіду цифрової дипломатії Західної Європи й країн пострадянського простору;
- вивчення можливостей використання європейського досвіду у вітчизняній цифровій дипломатії;

Об’єктом дослідження є цифрова дипломатія.

Предметом дослідження є технології цифрової комунікації у дипломатії Європейського Союзу.

Методи дослідження, які використовувалися у магістерській роботі, ґрунтуються на особливостях об’єкту, предмету, мети й завдань дослідження і спрямовані на встановлення характеристик цифрової дипломатії в ЄС. Це обумовило пріоритет застосування системного підходу. Крім того, були використані методи збору інформації та її аналізу, що передбачають вивчення сукупності сутнісних характеристик питання, що досліджується. У роботі також використано системно-структурний аналіз, метод логічного аналізу, метод порівняльного аналізу, методи спостереження і узагальнення, метод моделювання.

Теоретичне значення одержаних результатів полягає у тому, що результати дослідження можуть бути використані у ході написання монографій і наукових публікацій із питань, що стосуються цифрової дипломатії Євросоюзу, а також підготовки відповідних дидактичних матеріалів для використання у закладах вищої освіти – лекцій, практичних занять тощо.

Практичне значення дослідження даної роботи полягає в тому, що проаналізувавши функціонування зовнішньополітичних відомств країн ЄС можна виокремити певні аспекти, які будуть доречні для впровадження в практику української цифрової дипломатії. Виникає необхідність створення єдиної стратегії функціонування цифрової дипломатії не тільки за кордоном, але і всередині країни також. Ця стратегія мала би використовуватися всіма

інституціями, які є доцільними до просування України на міжнародну арену і забезпечувати єдину політику використання цього інструменту. Стратегія включала б в себе пені зовнішньополітичні цілі, як короткострокові так і довгострокові і забезпечувала бачення курсу країни у сфері культурної дипломатії та закріпила і розширила повноваження працівників. Доцільно буде використати структуру зовнішньополітичних відомств країн ЄС у сфері цифрової дипломатії, а отже це говорить про необхідність розширення інституційного забезпечення цифрової дипломатії України та збагаченні більш ширшого кваліфікованого кадрового складу.

Виникає необхідність створення певного освітнього клімату для удосконалення навиків працівників, які формують культурну дипломатію усередині країни та для тих, які від'їжджають за кордон. Доцільно буде проводити інтерактивні тренінги з питань цифрової дипломатії, залучати експертів даної сфери інших країн та на їх досвіді збагачувати потенціал своєї країни, проводити іспити для фахівців, які працюють з культурних питань всередині країни та для виїжджаючих за кордон. Використовуючи європейський досвід було би влучно створити 6-місячні навчальні курси з питань цифрової дипломатії в Дипломатичній Академії України імені Г.Удовенка при Міністерстві закордонних справ України для фахівців, які хочуть працювати у цій сфері. Це дало би можливість удосконалювати кадровий склад для належного функціонування.

Питання використання соціальних мереж є вкрай важливим для сучасного інформаційного суспільства, що в свою чергу створює необхідність забезпечення належною технічною базою працівників для більш швидкого реагування на світові події та донесенні своєї позиції міжнародній спільноті. Професійний медіа-супровід створює якісне сприйняття держави та її політичних лідерів суспільствами та лідерами інших країн і дає можливість залучати необхідну на певному етапі аудиторію.

Структура роботи. Структурно робота складається зі вступу, трьох розділів, які містять у своєму складі параграфи, висновків, списку використаних джерел і літератури, а також додатків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ І ДИПЛОМАТІЇ ЄС

1.1. Теоретичні засади вивчення цифрової комунікації

Необхідною умовою для здобуття бажаного статусу в міжнародному співтоваристві й ефективного вирішення актуальних питань соціально-економічного та політичного характеру є, іншими словами, стабільний розвиток політичної системи, її своєчасне реформування, відповідно до вимог сучасності.

Одним з перших це поняття в політологічному контексті використали на початку ХХ ст. науковці, які наголошували, що “передача інформації в політичному відношенні є найважливішою з усіх комунікаційних послуг” [7, с. 47]. Наприкінці 40-х років ХХ ст., із зростанням ролі інформації у суспільно-політичному житті, у наукових дослідженнях починається активне використання терміна “політична комунікація”.

Утім, щодо самого поняття політичної комунікації єдиної позиції науковців досі не вироблено. На сьогодні існують її різноманітні трактування. Зокрема, політична комунікація визначається як “сукупність теорій і методів, якими можуть користуватися політичні організації та органи влади з метою визначення своїх завдань і впливу на поведінку громадян. З її допомогою виявляється можливість передавання політичних знань і досвіду, а також формування “образу” влади, адже сьогодні, як і у всі часи, правляча еліта прагне продемонструвати масам свої найбільші переваги, залежно від вимог, які пред’являлися до вождя, государя, президента в кожному історичному епоху” [14, с. 67]. Отже, політична комунікація – це своєрідний вид політичних відносин, без якого неможливий рух сучасного політичного процесу.

Грунтовний аналіз проблеми визначення поняття “політична комунікація” проведений С.Денисюк [7]. Можна цілком погодитись з її

висновками стосовно того, що наукові праці, в яких досліджуються різні аспекти цієї проблеми, можна виокремити в кілька груп.

Перша – роботи зарубіжних та українських учених теоретико-методологічного плану, у яких природа комунікації розглядається як результат суспільного розвитку, визначаються категоріальний апарат та специфіка процесу комунікації у політичній сфері, аналізуються принципи функціонування та структура політичної комунікації, пропонуються моделі інформаційно-комунікаційного процесу (Ж.-М.Коттре, Ч.Кулі, П.Лазарсфельд, Г.Лассуелл, М.Маклюен, Л.Пай, Ю.Хабермас, П.Шаран, Р.Ж.Шварценберг, М.Бахтін, Ю.Буданцев, О.Малаканова, Г.Почепцов, А.Соловйов, В.Терін та ін.).

Друга – праці, присвячені основам аналізу політичних систем і визначенню місця й ролі інформаційно-комунікаційних процесів у їх розвитку (Г.Алмонд, Н.Вінер, К.Дойч, Д.Істон, Т.Парсонс, Чарльз Ф. Ендрейн, М.Анохін, А.Галкін, М.Грачов та ін.).

Третя – дослідження, предметом яких є сучасні засоби масової інформації (І.Засурський, Я.Засурський, Є.Вартанова, Г.Мельник, В.Пугачов, Т.Хлівнюк та ін.), а також праці про розвиток інформаційних технологій, що відкривають нові можливості політичної комунікації (Ю.Нісневич, М.Вершинін, О.Зернецька, А.Чугунов та ін.).

Узагальнюючи, під поняттям “політична комунікація” слід розуміти специфічні політико-владні відносини, процес передавання смислів (сенсів-месиджів), що стосуються політичної сфери суспільства, від однієї частини політичної системи до іншої, між політичною та суспільною системами, між складовими суспільної системи з метою здійснення впливу.

Згідно з моделлю К.Сайне (рис. 1.1), між елітою, бюрократією і масами як елементами політичної системи відбувається безперервний інформаційний обмін, причому еліти завжди конструюють і передають “вниз” інформацію, яка сприяє зміцненню їх власної легітимності (Sinne 1975) [74].

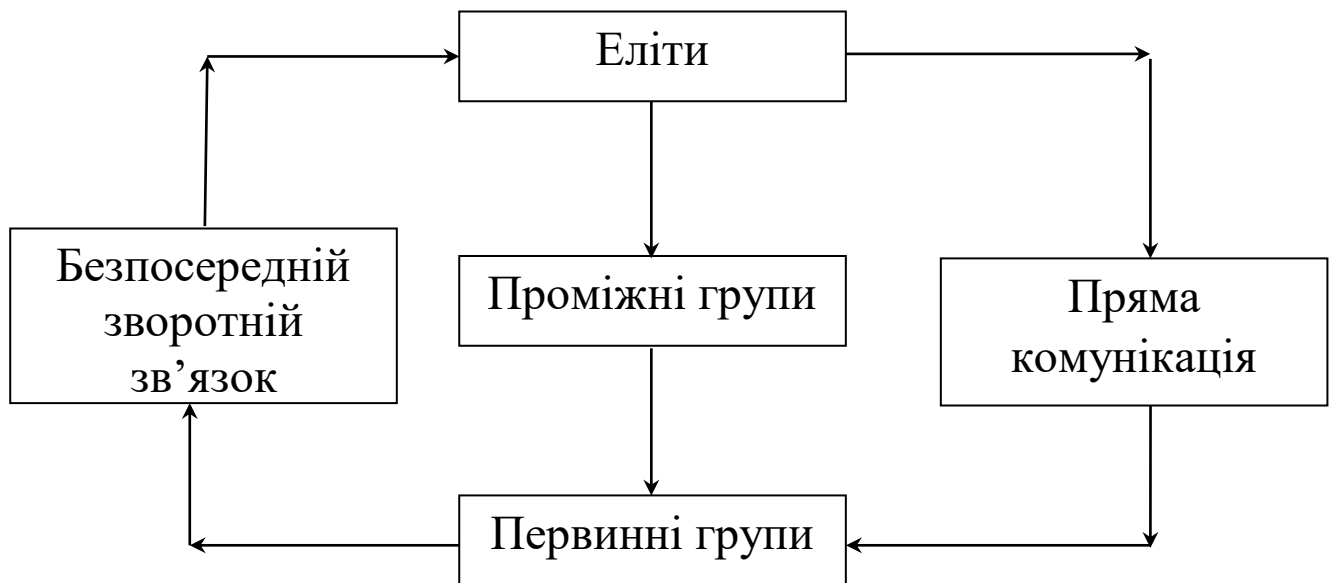


Рис. 1.1. Модель К . Сайне

Як процес управління Г.Г.Почепцовим розглядається насичення комунікативного ланцюжка потрібним рівнем тих або інших необхідних для ефективності комунікації параметрів. Наприклад, одним з таких основних параметрів є “достовірність”. Отже, весь комунікативний ланцюжок повинен бути влаштований так, щоб параметр достовірності став працюючим на кожному з його ділянок. Наприклад, достовірність джерела, достовірність каналу [31].

При цьому навіть західні дослідники розглядають ЗМІ як вторинні, а не первинні “визначальники”. Наприклад, політики задають ставлення до якихось подій як загрозу для суспільства (саме вони – первинні визначальники), тоді як ЗМІ посилюють ці характеристики (вторинні визначальники) [74, с. 137].

Разом з тим, запропоновані дослідником моделі, швидше, можна визначити не стільки як управління інформацією, скільки як її адаптацію до певних державних стратегій та цілей. Така адаптація майже не відрізняється від маніпуляції, суть якої, як слушно зазначає Д.Дубов, більшість дослідників окреслюють як “прихований вплив на здійснення вибору” [9, с.31].

У даному випадку комунікатор, вступаючи в комунікацію з аудиторією

в процесі комунікативних дій, за допомогою замовчування, применшення значущості, іронічного або негативного висвітлення події тощо має на меті таємно вплинути на вибір або дії аудиторії з метою досягнення певної мети.

Серед найважливіших ознак, притаманних явищу маніпулювання, О.Кулеба виділяє прагнення отримати односторонню вигоду, зиск у ситуації, коли до реципієнта ставляться як до засобу досягнення зовнішніх цілей [13, с.4]. Зазначимо, що у випадку ж ефективного управління інформаційними потоками вигода двостороння – виграє як влада, яка зміцнює свої позиції, так і суспільство, яке отримує адекватні відповіді на свої запити.

І.Миклащук звертає увагу на те, що мета суб'єкта, який здійснює маніпуляцію, є створення “вільного” вибору (зміна поведінки) аудиторії на свою користь, уникаючи прямого примусу, лише “підштовхуючи” реципієнта до певного рішення [21]. Метою ж управління політико-інформаційними потоками є досягнення стабільного розвитку політичної системи, у результаті якого кожен з її елементів отримує власну користь. Як показує практика, в умовах сучасних інформаційних технологій замовчення певних новин практично неможливо досягти. І на сьогодні йдеться не так про необхідність перешкоджання надходженню “небажаної” інформації до інформаційного простору політичної системи, як про досягнення комунікативних переваг потрібної, суспільно корисної інформації.

Крім того, додаткової актуальності набуває теоретичне осмислення феномену політичної комунікації, її місця й ролі в політичній системі, дослідження закономірностей її розвитку і функціонування, аналіз шляхів підвищення її ефективності.

Підсумовуючи, треба підкреслити, що налагодження ефективного функціонування системи політичної комунікації стає необхідною умовою затребуваних вимогами модернізації суспільного розвитку чіткості й злагодженості функціонування політичної системи та встановлення її ефективної взаємодії з громадянським суспільством в умовах надзвичайного прискорення під впливом глобалізації та інформатизації всіх процесів

суспільного буття.

Триваюча технологічна й контентна революція в засобах масової комунікації за рядом основних показників ускладнює взаємодії учасників міжнародних відносин.

Небачений раніше формат тісної взаємодії між суспільством і дипломатичними відомствами робить сучасну дипломатію надмірно культурною, з одного боку, і менш стриманою – з іншого. У цих обставинах дуже важливо, зберігаючи інформаційну ініціативу й застосовуючи нові сучасні засоби комунікації з їхнім специфічним стилем спілкування, не допускати падіння рівня політичної культури, як це відбулося з дипломатичним відомством РФ й деяких інших країн.

Використання цифрових технологій у сфері дипломатичної діяльності відкриває нові можливості для ведення політики “м'якої сили”, для вироблення погоджених дій, подолання суспільством політико-соціальних і економічних криз, а також виробленню заходів для їхнього недопущення.

Публічна дипломатія як оформлений теоретичний напрям реалізації зовнішньої політики й дипломатії першопочатково з'явився в США й веде свою історію із середини ХХ ст. До її завдань входило виставлення позитивного образу держави зовні.

Переживши занепад в 1990-і роки під дією ілюзії “кінця історії”, американська публічна дипломатія відродилася з новою силою після трагедії 11 вересня 2001 р. [9]. США визначили в якості політичного завдання необхідність впливу на суспільства арабських країн для того, щоб змінити в них ставлення до Сполучених Штатів.

Небагато пізніше й інші держави, вирішуючи свої завдання, звернулися до інструмента публічної дипломатії. Незабаром США дійшли висновку, що діяти звичними методами публічної дипломатії в умовах значно зміненої політичної організації світу стає недостатньо ефективним. Теоретичне осмислення нових умов привело до висновку про необхідність більш активного використання недержавних акторів у публічній дипломатії [66]. У

XXI ст. недержавних акторів не тільки стало значно більше [51], але й підсилилася їхня взаємодія з державами. Крім того, значне число авторів стало вказувати на те, що характер комунікації в інформаційне століття змінився [60].

У той же час представляється, що найбільш значимі моменти, які обумовили нову публічну дипломатію, зв'язані з наступними аспектами. По-перше, істотною відмінністю нової публічної дипломатії від практики періоду холодної війни є її орієнтування на концепцію “м'якої сили”, тому в її арсеналі відсутні інструменти, пов'язані з використанням неправди, шантажу, тиску тощо.

По-друге, нова публічна дипломатія звертає увагу на необхідність відмови від монологу й формування діалогу із суспільствами інших країн [12], а також з її мережною природою й нерозривністю характеру впливу на зовнішню й внутрішню аудиторію. Так, раніше публічна дипломатія розглядалася скоріше як “вулиця з одностороннім впливом”, тобто суспільство, на яке здійснювався вплив, виступало в якості об'єкта (система відносин “суб'єкт-об'єкт”). Нова публічна дипломатія виходить із системи “суб'єкт-суб'єктних” відносин. Іншими словами, передбачається, що протилежна сторона активна й може по-різному інтерпретувати спрямовані на неї дії. Крім того, протилежна сторона сама може застосовувати інструмент “м'якої сили” у відповідь. При цьому підкреслюється, що ефективним виявляється вибудовування відносин за принципом діалогу. У цей час США велику увагу приділяють формуванню діалогу із суспільствами інших країн. У певній мері це відбувається під впливом європейців [8].

Нарешті, по-третє, публічна дипломатія XXI ст. пов'язана з достатньо широким використанням лобістських бізнес-структур для формування позитивного образу держави. Цікаво, що держава нерідко звертається не до своїх бізнес-структур, а до тем, які діють у тому або іншому регіоні, а також є провідними піар-агентствами, як, наприклад, Ketchum. У принципі в цій сфері відбувається те ж, що й при зверненні держав до рейтингових агентств,

а саме великі бізнес-структури усе більше стають у цьому змісті “наднаціональними”.

Вибудовування взаємодії із суспільством інших держав передбачає усвідомлення того факту, що будь-яке суспільство неоднорідне. Для однієї соціальної групи привабливо одне, а для іншої - інше. Тому не може бути універсальної привабливості або, іншими словами, універсальної “м'якої сили”, а отже, і універсальної публічної дипломатії. Наприклад, українська освіта у сфері медицини привабливо для багатьох жителів Індії відповідно до критерію “ціна - якість” і з метою їх подальшої роботи в сільській місцевості або в центрах, де відсутня складна й дорога апаратура. Для більшості жителів Європи й США подібна медична освіта не настільки приваблива. Вони орієнтовані скоріше на більш дорогу медичну освіту, але більшою мірою технічно оснащене. Тому при використанні публічної дипломатії, а також при її вивченні й оцінці ефективності впливу важливо визначити, наскільки адекватно обраний адресат саме для даного типу впливу.

Інший важливий момент у реалізації публічної дипломатії - те, що на міжнародній арені в той самий час діють безліч акторів, котрі володіють різними стратегіями публічної дипломатії й одночасно тими або іншими характеристиками, які сприймаються негативно. Так, рівень розвитку кубинської медицини може бути привабливим, у той час як рівень життя населення країни такою характеристикою не володіє. При використанні публічної дипломатії держава зустрічає конкуренцію з боку інших. У результаті різні держави, а також недержавні актори часом зі своєю публічною дипломатією конкурують один з одним за увагу третіх сторін. У цих випадках різні актори намагаються знайти свою специфічну нішу. Наприклад, стосовно Центральної Азії Європейський Союз пропонує освітні програми, які включають питання прав людини, природоохоронні проблеми, у той час як США в цьому регіоні концентруються на молодіжних програмах і програмах по нових технологіях [16]. Тим самим у результаті взаємодії на міжнародній арені відбувається своєрідна конкуренція стратегій

використання публічної дипломатії учасниками. Від того, як буде вибудована стратегія реалізації публічної дипломатії й чи буде вона вибудована взагалі, залежить успішність впливу.

Конкуренція різних держав за свою привабливість досліджена явно недостатньо, оскільки більшість наукових праць сконцентрована на аналізі публічної дипломатії того або іншої держави без урахування діяльності інших акторів на міжнародній арені. Почасти ці питання розглядаються в дослідженнях у рамках інформаційного й ідеологічного протиборства. Однак там акценти зміщаються у бік розгляду питань “дія-протидія”, взаємної дискредитації сторін тощо. Вони не сконцентровані в області формування привабливості образу й із цієї причини.

“Цифрова дипломатія” або “нова” культурна дипломатія (Дипломатія Web 2.0) – це спосіб впливу на міжнародну ситуацію й іноземну аудиторію за допомогою новітніх інформаційних технологій. Автори ідеї “цифрової дипломатії”, що зародилася в середині 2000-х років у Державному департаменті США, враховуючи розвиток сучасних технологій і засобів комунікації, переосмислили принципи культурної дипломатії, опираючись на можливості Інтернету, супутникового телебачення й мобільного зв'язку, тим самим значно розширивши її компетенцію. Звичайно, класичні методи культурної дипломатії, такі як, наприклад, освітні програми, культурний обмін і використання радіопередач, як і раніше застосовуються, однак загальна тенденція зміщається саме у бік Дипломатії 2.0. “Цифрова” версія культурної дипломатії переслідує більш широкі цілі, ніж класична культурна дипломатія. І головним її завданням декларується не тільки поліпшення іміджу держави, але й зміцнення існуючих дружніх зв'язків, існуючих союзів і встановленого співробітництва США з іншими державами і групами країн.

Показово, що концепт цифрової дипломатії на сучасному етапі здобуває більш агресивне забарвлення. У дипломатичну практику входить нова концептуальна парадигма “стратегічна комунікація” (“діалогова пропаганда”), яка передбачає використання нових Інтернет-технологій, але в

більш конфліктному ключі. Як відзначає Н.Цветкова, у дипломатичній практиці США з 2013 р. пройшла реформа публічної дипломатії, спрямована на розвиток програм пропаганди, що “краще пристосовує американську публічну дипломатію до підходів відкритої інформаційної війни” [37]. Дослідники також відзначають дестабілізуючу роль інформаційних технологій в умовах слабких державних інститутів - інформаційні технології, особливо Web 2.0, здатні стимулювати відкіт до політичної архаїки. Під політичною архаїкою автори розуміють звертання до неформальних інститутів і практик, заснованих на потестарності, криміналі, релігії, спорідненості й клановості.

1.2. Методологія і терміносистема дослідження

Вітчизняні науковці розглядають методологію як учення про наукові методи пізнання і систему наукових принципів, на основі яких базується дослідження та проводиться вибір його пізнавальних засобів, методів і прийомів. У багатьох зарубіжних наукових студіях поняття методології та методів дослідження не розмежовуються. Найбільш доцільним є визначення методології як теорії методів дослідження, створення наукових концепцій як системи знань про теорію науки

Очевидно, що вибір методології дослідження значною мірою залежить від парадигми, яка є домінуючою на сучасному етапі розвитку науки. У понятті наукової парадигми виокремлюють такі основні аспекти:

- наукова картина світу – це модельні уявлення, узагальнені образи вихідних об’єктів науки:

- загальноприйняті в певному співтоваристві вчених методологічні вимоги й ціннісні орієнтації, які забезпечують простоту та несуперечність теоретичних концепцій, можливості їх перевірки та кількісного відображення, точність наукових передбачень, традиційні для вчених зразки,

за якими здійснюють наукові описування й пояснення, а також основні приклади вирішення конкретних наукових проблем.

Сучасна наука досить успішно оперує багаторівневою класифікацією методологічного знання. У цьому плані всі методи наукового пізнання можуть бути розділені на певні основні групи, які, зважаючи на мету, було застосовано в дослідженні.

Загальнонаукові методи дослідження (історичний, логічний, абстрагування, системно-структурний, індуктивний, дедуктивний, методи аналізу та синтезу) отримали широке застосування в науці. Вони перебувають на маргінесі методології між філософією і фундаментальними теоретичними положеннями спеціальних наук. Діалектична єдність та взаємодоповнюваність цих методів дали можливість проаналізувати об'єкт і предмет дослідження, об'єктивно виявити етапи становлення умов щодо технологій цифрової комунікації в дипломатії Європейського Союзу, спрогнозувати напрями інтеграційних наукових процесів. Цінним для нашого дослідження видався генетико-еволюційний метод - різновид історичних методів, що передбачає виявлення і врахування історичного середовища виникнення та інституціоналізації науки про створення умов щодо технологій цифрової комунікації в дипломатії Європейського Союзу, прогнозування перспектив його розвитку.

Емпіричний метод пізнання здійснюється у процесі набуття досвіду й полягає в послідовному здійсненні спостереження, вимірювання, моделювання, прогнозування, перевірки прогнозу.

Спостереження над створенням умов щодо технологій цифрової комунікації у дипломатії Європейського Союзу в поєднанні з аналізом та синтезом дозволило схарактеризувати основні тематичні групи термінів, виявити та дослідити структурні особливості термінів.

Невід'ємною складовою наукового пізнання є порівняльний метод, який застосовується з метою виявлення двох і більше однорідних явищ, процесів з подальшим їх аналізом і зіставленням виявлених особливостей.

Оперуючи сукупностями однотипних предметів, зокрема: термінів на позначення предметів, явищ, властивостей тощо - у нашому дослідженні схарактеризовано їхні словотвірні моделі, згруповано словотворчі афікси. Порівняльний метод отримав застосування й під час зіставлення лексичного складу нормативних актів, а також стандартів технологій цифрової комунікації в дипломатії Європейського Союзу.

Отже, методологічний інструментарій, що гуртувався на принципах історизму, об'єктивності та всебічності, став “сполученням” методології точних і гуманітарних наук, що забезпечило більш глибоке та об'єктивне вивчення матеріалу і сприяло усуненню типових недоліків застосування окремих методів пізнання. Поєднання ряду методів дозволило глибше проникнути в сутність предмета дослідження, чіткіше виділити вузлові аспекти проблеми та сформувану вмотивовану стратегію дослідження.

Як відомо, зовнішня політика будь-якої держави реалізується за допомогою використання цілого комплексу методів. Ключовим із них є дипломатія – засіб здійснення зовнішньої політики держав через сукупність практичних заходів, прийомів та методів, які використовуються враховуючи конкретні умови і характер завдань, що розв'язуються, а також офіційна діяльність глав держав та урядів, міністрів закордонних справ, відомств та представництв з реалізації цілей та завдань зовнішньої політики держав і захисту інтересів останніх.

Під традиційною дипломатією розуміється основний спосіб взаємодії між державами, у рамках якого вони прагнуть впливати на національні інтереси одна одної, не вдаючись до військової сили. Це визначення потребує пояснень. По-перше, між дипломатією й застосуванням військової сили все-таки існує подібність і грань дуже тонка. Мова йде, наприклад, про “силову дипломатію” або “дипломатію канонерок” (у період холодної війни між США й СРСР). Основна роль дипломатії – мирні міжнародні комунікації. Виходячи із цього, головні функції традиційної дипломатії можна позначити у такий спосіб:

- урегулювання конфліктів між державами (можливо, це найбільш значима функція дипломатії);
- неконфліктні двох- і багатосторонні взаємодії між державами з основ відносин або із поточних і приватних питань;
- представництво в інших державах і у міжнародних організаціях.

Отже, дипломатія – це інструмент реалізації зовнішньополітичного курсу держави, сукупність засобів, прийомів і методів досягнення зовнішньополітичних цілей держави; система взаємин між суверенними державами, заснована на взаємному обміні дипломатичними представниками, що втілюють суверенітет своєї держави.

Дипломатична служба – це особлива сфера державного управління у сфері забезпечення суверенітету й міжнародної безпеки країни, захисту інтересів, прав і свобод громадян і юридичних осіб держави за кордоном. Дипслужба виконує функції й завдання зовнішньополітичного відомства у сфері відносин країни з іноземними державами й міжнародними організаціями; координації діяльності у цій сфері органів державної влади; захист національних інтересів, сприятливого зовнішнього середовища, що гарантує безпеку країни.

Водночас сьогодні усе ще дотримується помітна невідповідність між реальними процесами формування дипломатичної служби, а також її функціонування й реальними потребами держави у високоякісній дипломатичній службі.

Дипломатична служба є найважливішим інструментом державної влади й держуправління. Професіоналізм – її найважливіша відмінна риса. Дипломатів завжди відрізняє висока ерудиція, організованість, культура, вміння ефективно використовувати новітні інформаційні технології.

Найважливіший кейс традиційної дипломатичної діяльності: вирішення проблем співвітчизників за кордоном: участь у розробці основних напрямків державної політики відносно співвітчизників, що проживають за кордоном; зовнішньополітичне й міжнародно-правове забезпечення

діяльності держави з метою захисту прав, законних інтересів і підтримки громадян.

Саме дипломатична служба багато в чому визначає успішність рішення зовнішньополітичних завдань, які стоять перед державою.

Дипломатія в умовах глобалізації переживає період трансформації, який за своїми масштабами може бути співставний із такими епохальними подіями політичної історії, як винахід друкарства або розвиток технічних засобів зв'язку (телеграф, телефон). Загальновизнана думка про те, що робота дипломата у першу чергу пов'язана з добуванням, обробкою, аналізом і передачею інформації, а на початку XXI ст. доступність і якість зв'язку, можливості створення, засобів одержання й передачі інформації підсилюються багаторазово. Одночасно зростає роль недержавних акторів у міжнародних відносинах. Тому дипломатичний апарат держави й власне феномен дипломатії у черговий раз вимагають переосмислення в умовах, коли глобальні процеси не тільки змінюють кількісні і якісні характеристики міжнародного інформаційного поля, але й, певною мірою, кидають виклик фундаментальній ролі суверенної держави в якості системотворчого актора міжнародних відносин.

Розвиток цифрової дипломатії як новітнього інструменту зовнішньополітичної діяльності пов'язаний із теорією мережевої комунікації, яка отримала широке розповсюдження у міжнародній науковій думці на зламі XX і XXI століть і продовжує лишатися надзвичайно популярною в дослідницьких колах у зв'язку із неперервним науково-технічним прогресом, зокрема зміною технологічних укладів на глобальному рівні (наразі п'ятий технологічний уклад змінюється шостим, пов'язаним із нанотехнологіями, домінуванням інформаційно-комунікаційної сфери та величезними обсягами цифрових даних).

Ключовими складовими теорії мережевої комунікації, на нашу думку, можна вважати ряд понять – інформаційного суспільства, масової комунікації, засобів мас-медіа та Інтернет.

Модель мережевої комунікації безпосередньо пов'язана із явищем інформаційного суспільства. Традиційно вважається, що це поняття було, зокрема, запропоновано до наукового обігу японським професором Ю.Хаяші. На його думку, інформаційне суспільство характеризується наступними рисами:

- зменшенням значимості й фундаментальності матеріальної власності у системі цінностей;
- підвищенням значимості знання як основи технологічної й соціально-політичної структур суспільства;
- переорієнтацією економіки від виробництва товарів до надання послуг (сервісу);
- реорганізацією культурної сфери, що передбачає значно більшу, ніж в інших суспільствах, орієнтацію на пріоритети інтелектуалізму та трансформацію етики й моральності особистості, що самовизначається через усвідомлення себе як виробника знань [53].

Таким чином, відповідно до концепції Ю.Хаяші, інформаційне суспільство передбачає інформаційну “місткість” виробництва й продуктів. При цьому новий соціальний устрій (спрямованість у майбутнє, економіка послуг, центральна роль теоретичного знання) ґрунтується на телекомунікаціях, а також підвищеній ролі послуг із надання інформації.

Наразі можна виділити 3 підходи до визначення сутності інформаційного суспільства. Відповідно до першого підходу, критерієм інформаційного суспільства є економічна складова – частка інформаційного сектора у зростанні ВВП (американські дослідники Ф.Махлуп [61] та ін.). Другий підхід заснований на теорії “інформаційного вибуху”, відповідно до якого кількість інформації, що доступна суспільству, збільшується, і це веде до якісної зміни економіки, тобто, власне, появи інформаційного суспільства (японські науковці Ю.Хаяші [53], Т.Умесао [55]). У третьому підході головна характеристика інформаційного суспільства полягає у поширенні

інформаційно-комунікаційних технологій (європейські вчені С.Стейнфілд і Ж.Сальваджіо [74]).

Так, Д.Белл стверджував, що в основі інформаційного суспільства знаходиться “осьовий принцип”, тобто суспільні інститути і процеси в духовній сфері є зумовленими одразу низкою факторів, що можуть бути розміщеними на різних “осях”. При цьому основні акценти у такому суспільстві зміщаються з виготовлення матеріальних речей на виробництво знань, а також на інновації. Водночас Д.Белл вважає, що комп’ютерна техніка є вагомим чинником суспільного розвитку, яка діє не на незалежній основі, а взаємодіючи з новими технологіями передачі інформації. Зокрема, Д.Белл у своїй праці “Постіндустріальне суспільство, що надходить. Досвід соціального прогнозування” стверджує: “Будь-яке суспільство внутрішньо пов’язане різними каналами, які дозволяють його членам здійснювати матеріальний і духовний обмін... Першою інфраструктурою був транспорт... Другою інфраструктурою були засоби передавання енергії... Третьою інфраструктурою були комунікації” [41, р. 38].

Синонімом “інформаційного суспільства” є “суспільство знань”. Не вдаючись до аналізу відмінності між цими поняттями, відзначимо лише, що термін “інформаційне суспільство” виник хронологічно раніше (крім Ю.Хаяші він був висунутий та підтримувався такими видатними зарубіжними науковцями як вже згаданий Д.Белл, О.Тоффлер, Й.Масуда, У.Мартін, А.Турен, М.Маклюен), а “суспільство знань” – пізніше (П.Дракер, Р.Хатчинс, Т.Хусен). Економічний аспект цього питання почав досліджуватися відносно нещодавно (Д.Тапскотт, Е.Д.Уільямс), причому в контексті трансформації взаємин “виробник-споживач” і наявності корінних протиріч між високою швидкістю зміни інформаційних потреб й інертністю традиційної економічної системи, а також таких категорій як масова інформатизація всіх суспільних процесів, організований доступ до інформації, інформаційна культура, пріоритетний розвиток інформаційної індустрії та інших не менш важливих питань [35].

У будь-якому випадку, ключовими елементами інформаційного суспільства і суспільства знань є інтенсивне поширення нових технологій та інновацій, а також підвищення значення людського інтелекту і здатності вчитися. У консолідованому вигляді ці вимоги поєдналися у новій Всесвітній мережі (Інтернет). Можливим є те, що на даний час доцільно вже вести мову і не про “інформаційне суспільство” та “суспільство знань”, а про “інформаційне суспільство знань” в епоху Інтернет.

Концепції взаємодії масової комунікації та діяльності засобів масової інформації були в загальних рисах сформовані ще у дослідженнях другої половини минулого століття. З початку 1970-х рр. у країнах Заходу виникає цілісний дослідницький комплекс вивчення теорії масової комунікації із трьома магістральними напрямками:

1. Аналіз раціональності у “виробництві культури”, що робить наголос на питаннях організації роботи мас-медіа та забезпечення рівня професіоналізму й збуту, необхідного за умов конкуренції.
2. Вивчення символічного значення повідомлень масової комунікації.
3. Дослідження “публічного сприйняття”, в яких колективні уявлення, що формуються за допомогою мас-медіа, розглядаються в якості способу об'єднання людей та їх груп саме через надання їм почуття солідарності [19, с.55].

Пізніше додалися й інші дослідження. Всесвітньо відомий американський вчений Е.Тоффлер (праці “Шок майбутнього”, “Третя хвиля”) вважає, що саме у сучасному інформаційному суспільстві, яке пронизане інноваціями, і народжуються сучасні ЗМІ, що засновані на перспективних інформаційно-комунікаційних технологіях. Дослідник виділяє три історичних етапи в розвитку людської цивілізації, і останній з них заснований на понятті “інфосфери”. Саме у ході розвитку третьої хвилі (друга половина ХХ століття) найбільшого значення здобуває інформація й механізми та техніка для її обробки, а тому нові потужні комп'ютери та засоби комунікації дозволяють сформувати не лише нові галузі реального

виробництва і надання послуг, але й нові засоби масової інформації. Нові мережеві інформаційно-комунікаційні технології сприяють створенню нової “інфосфери”, яка впливає на розвиток суспільства в цілому, і навіть індивідуальної свідомості людей. Крім того, Е.Тоффлер у дослідженні “Третя хвиля” стверджує: “Тенденції демасифікації виробництва розвиваються разом з явищем демасифікації мас-медіа” [35, с.135].

Іншим західним вченим М.Маклюеном комунікація розуміється через тезу “сам засіб комунікації і є повідомлення”. Згідно із цим, з одного боку, комунікація впливає як на людину й суспільство, так і на інші засоби комунікації самим фактом свого існування, а з іншого – власне сама відчуває при цьому різноманітні відповідні впливи. Таке розуміння комунікації корелює із роллю у масових комунікаціях телекомунікаційних і інформаційних технологій, оскільки вони впливають на людину й суспільство. М.Маклюен вважає, що середовище спілкування людини формує її таким чином, що сама особистість у свою чергу формує це середовище, лишаючись у межах, які задаються ним [64, р. 160].

Крім того, М.Маклюен та інший дослідник К.Фіор вказують на те, що технології комунікації є вирішальним чинником при формуванні соціально-економічних систем [64, р. 94]. Відтак засіб комунікації стає важливим, аніж власне саме повідомлення. Говорячи, що засіб – це повідомлення, науковець водночас стверджує, що зміст інформації залежить насамперед від того, яким каналом вона передана. У цьому контексті науковці розподіляють усі засоби масової комунікації на “гарячі” (залишають аудиторії мінімум можливостей для самостійного опрацювання і сприйняття інформації) й “холодні” (потребують від споживачів постійної співучасті та значних зусиль в опрацюванні). Відтак до умовно “гарячих” ЗМІ можна логічно віднести радіо, а до умовно “холодних” – телебачення.

Єдиний інформаційний простір – це будь-яке суспільство, члени якого поєднані соціальними зв’язками і відносинами. Ці зв’язки можуть бути вертикальними (коли суб’єкти займають різні позиції стосовно один одного

та володіють різними обсягами інформації) і горизонтальними (коли суб'єкти спілкуються між собою. У такому випадку єдиний інформаційний простір не стратифікується і залишається відносно однорідним). Тому в єдиному інформаційному просторі існує база знань, яка постійно розширюється, складається з інформаційних систем, виробників інформації та її споживачів, пов'язаних між собою загальною метою й ознаками (здатність зберігати, переробляти, поширювати інформацію і бути її носієм). З огляду на вказане, важливою складовою системно сформованого єдиного інформаційного простору є Інтернет.

Сучасна соціально-комунікаційна ситуація характеризується такими знаменними тенденціями:

- розвиваються новітні комунікаційні технології, що впливають на природу, обсяг і зміст інформації;

- зростає розуміння державами, соціальними групами та індивідами важливості циркуляції інформації, а також існуючих диспропорцій у міжнародних потоках інформації;

- зростає число учасників процесу циркуляції інформації у світі, а відтак – і політичне, соціальне, економічне розмаїття цього феномену, особливо у сфері культури й освіти.

З огляду на вказане, базовими ознаками інформації єдиного інформаційного простору слід вважати функцію інтеграції, а також можливості для управління й використання її для вирішення широкого кола проблем.

З.Партико (“Теорія масової інформації та комунікації”) переконує у тому, що теорія інформації, як і інші наукові теорії, базується на низці тверджень, що їх дослідники приймають як загальновизнані й незаперечні. Хоча дотепер множина постулатів теорії інформації ще остаточно не усталена, однак, попри диференційовані підходи до їх укладання, такі постулати все ж можна сформулювати. Частина із них являється аналогами аксіом, які використовують у математиці, а частина – аналогами законів, які

використовують у фізиці. Серед згаданих аксіом З.Партико називає наступні [25, с. 47-48]:

1) лише у межах кібернетичних систем можна говорити про інформацію, причому людина також є кібернетичною системою, яка розпізнає певні дані, при цьому вони перетворюються на інформацію;

2) збереження та передача інформації відбувається лише на матеріальних носіях (електромагнітне поле також відноситься дослідником до матеріальних носіїв, хоча це питання може бути спірним), а інші способи передачі поки що не відомі науці;

3) інформаційні дані мають ідеальний характер, тобто передаючись від одного об'єкта до іншого, інформація також лишається і у першого об'єкта, нікуди не зникаючи. Таким чином, інформація може передаватися безліч разів, що, власне, і лежить в основі мережі Інтернет.

Ці положення характерні, насамперед, для класичної (імовірнісної) теорії інформації. Серед поширених новітніх концепцій З.Партико називає алгоритмічну, образну, семантичну та ін. Вони, на відміну від імовірнісної концепції, дають можливість виключно оцінювати інформацію, а не вимірювати її кількість, тобто мова йде про якісний, а не кількісний вимір інформаційних даних [25, с. 52].

1.3. Обґрунтування потреби у зв'язку між цифровою комунікацією й дипломатією

На межі XX і XXI століть світ зазнав кардинальних змін. Ця теза “червоною ниткою” проводиться в багатьох дослідженнях. Так, У. Бек бачить ці зміни як зміну політичних координат і порівнює сучасне знання в сфері політичної науки з тим, що відбулося в астрономії, втім не тільки в астрономії, у зв'язку з відкриттям Галілея [71]. Окремі автори зв'язують зміни на міжнародній арені з катастрофою біполярної системи [2]. У цілому ж представляється, що світ справді переживає глобальну трансформацію, яка

охоплює три рівні: 1) ерозію Вестфальської системи; 2) розпад біполярної системи міждержавних відносин; 3) зміна політичних систем багатьох держав. Унікальність сучасної політичної організації (точніше, реорганізації) світу полягає саме в тому, що всі три процеси відбуваються одночасно, підсилюючи один одного й утворюючи ефект синергії, або “ідеального шторму” [16].

Ці тектонічні трансформації не могли не позначитися на публічній дипломатії, яка розуміється як політика впливу однієї держави на суспільство іншої (інших) держави, причому вплив здійснюється саме в політичних цілях [8]. При цьому публічна дипломатія є частиною реалізації інструмента “м'якої сили”, який, згідно Дж. Наю, передбачає насамперед створення привабливості [69]. Власне, ідея привабливості, коли протилежна сторона добровільно й усвідомлено робить вибір, - це те нове, що з'явилося у зв'язку з концепцією Дж. Ная й відрізняє її від пропаганди. Сказане, однак, не означає, що публічна дипломатія не може реалізовуватися в руслі пропаганди. Більше того, у ряді випадків вона може бути навіть ефективна, якщо стверджувати про швидкий і короткостроковий вплив. Проте в даній главі публічна дипломатія розглядається саме як інструмент “м'якої сили”.

Сучасна (нова) публічна дипломатія являє собою набір складного інструментарію, установок і ціннісних орієнтирів. Поняття “публічна дипломатія” виявляється досить невизначеним, що по-різному розуміється різними авторами. Це на практиці викликає труднощі у виборі інструментів впливу, а головне - в адекватності їх застосування в тій або іншій ситуації. Вплив на суспільства інших держав породжує протидію, що може вилитися в різні форми, аж до інформаційних війн, що, однак, не є ні “м'якою силою”, ні проявом публічної дипломатії. Проте інформаційні війни в ряді випадків виявляються діючим засобом впливу. Однак важливо розуміти їхні можливості й обмеження.

Не менш складними є справи й із власне публічною дипломатією, орієнтованою на формування привабливості. Тут виникає проблема в

успішній комбінації використання офіційних і неофіційних каналів впливу. Офіційні канали нерідко сприймаються як пропагандистські, у той час як неофіційні - як менш піддані регулюванню й загальному узгодженню. Один зі шляхів подолання цих складностей в Україні - створення координуючого органу [7]. Причому координуючий орган повинен займатися саме координацією, а не виконувати функції “вищої інстанції”. Він також повинен виконувати консультативні функції, даючи можливість усім учасникам, що займаються урегулюванням конфлікту (включаючи НУО, які часто виключаються з координації [39]), обмінюватися інформацією, технологіями тощо.

У зв'язку із трансформацією політичної організації світу буде змінюватися й публічна дипломатія. Так, поки не одержала належного розвитку публічна дипломатія наднаціональних утворень, незважаючи на те, що ще в 2005 р. Я. Меліссен вказував, що Європейський Союз і ООН можуть мати свою публічну дипломатію [65].

Канали впливу за допомогою публічної дипломатії можуть бути двоякими. По-перше, вплив може здійснюватися по офіційним каналам, тобто шляхом виступів офіційних осіб у ЗМІ, з публічними лекціями, у соціальних мережах тощо. По-друге, по неофіційним каналам: через НУО, фонди, освітні програми, жіночі й молодіжні організації, університети тощо. Той факт, що канали публічної дипломатії можуть бути як офіційними, так і неофіційними, не знайшов чіткого відбиття в літературі. У результаті понятійний апарат публічної дипломатії, особливо у вітчизняній літературі, виявився вкрай розмитим. Поряд з поняттям “публічна дипломатія” в якості синонімів використовуються терміни “публічна дипломатія”, “народна дипломатія”. Такий підхід значно звужує сферу діяльності публічної дипломатії, оскільки виключає офіційні канали її реалізації. На даний аспект звертає увагу Ю. Узун. Він пише, що в публічної дипломатії “з'явилося й друге значення терміну - дипломатія на рівні громадських організацій. Це породило небезпечну плутанину: навіть серед експертів зустрічається

переконавання, що public diplomacy - це лише діалог на рівні неурядових організацій. Тим часом public diplomacy має на увазі більш широкий спектр напрямків діяльності...” [8]. Подібної позиції дотримується й О.Кулеба, говорячи, що “у нашому зовнішньополітичному лексиконі в ході два терміни стосовно до дипломатії: “публічна” і “суспільна”. Однак до взаємозамінності цих термінів слід відноситися з особливою обережністю. Ми живемо в епоху глобальної комунікації, а слід, і глобального перекладу. Визначення “суспільна” буде переводитися на інші мови і як соціальна, і як громадська, і як народна. Зрозуміло, що “суспільною” ми йменуємо дипломатію неурядових організацій” [13].

Ще більш вузькими поняттями є “культурна дипломатія”, “спортивна дипломатія”, “економічна дипломатія” тощо, які орієнтовані на певні сфери діяльності публічної дипломатії. Очевидно, що всі ці поняття мають право на існування, однак важливо розуміти, що мається на увазі в кожному конкретному випадку й що вони не заміняють поняття “публічна дипломатія”.

У зв'язку із впливом через канали публічної дипломатії на суспільства інших країн виникає питання: якщо такий вплив має місце, то як бути із проблемою суверенітету? Очевидно, що влада держави, суспільство якої зазнає впливу, не завжди із цим згодна. Розвиток активності недержавних акторів, багато в чому обумовлений науково-технічною революцією, приводить до посилення транснаціоналізації й відкриває все більші можливості для зовнішнього впливу. У результаті світ усе частіше зустрічається із проблемою транснаціонального впливу ззовні. Форми такого впливу виявляються різними: від пропаганди (прямого, іноді жорсткого й маніпулятивного впливу) до використання “м'якої сили”. По суті, мова йде про те, чи використовується псевдо-”м'яка сила” в якості її інструмента публічна дипломатія у форматі реалістської парадигми (і тоді застосовуються натиск, шантаж тощо) або в рамках конструктивістської й/або неоліберальної

концепції. В останньому випадку на перший план виходить привабливість для протилежної сторони пропонованих дій, образів, цінностей тощо [17].

Закономірним є питання: як співвідноситься публічна дипломатія із традиційною дипломатичною діяльністю? Одна із крайніх точок зору полягає в тому, що у зв'язку з активністю недержавних акторів і розвитком громадянського суспільства дипломатія в сучасних умовах замінюється міжнародною діяльністю військових, соціальних працівників, представників НУО й т.п. [50]. Іншими словами, традиційна дипломатія фактично зникає. Протилежна їй, але також крайня точка зору полягає в тому, що принципових змін у сучасній дипломатії в порівнянні з минулим немає. Тому ті форми й методи, які були напрацьовані протягом століть, залишаються діючими й нині. Альтернативна крайнім точкам зору позиція виходить із того, що сучасний світ зазнає кардинальних змін й вимагає якісно нових підходів до рішення міжнародних питань. При цьому дипломатія не зникає, замінюючись іншими типами взаємодії, а створює нові способи й форми. Дана позиція, що відстоюється цілим рядом дослідників [43], представляється більш обґрунтованою. Різко зросла активність недержавних акторів, обумовлена багато в чому можливостями інформаційних і комунікаційних технологій, які дозволяють легко взаємодіяти із широкими масами, сприяла розвитку такої форми, як публічна дипломатія.

У зв'язку з тим що публічна дипломатія передбачає вплив як по державним, так і по недержавним каналах, нерідко виникають питання щодо адекватності використання цих каналів і їх можливостей. Наскільки офіційні особи можуть бути залучені у внутрішні процеси в іншій країні? Д. Коупленд, наприклад, вважається, що дипломат повинен у країні перебування бути своєрідним “партизаном”: виступати консультантом, активно залучатися в гуманітарні питання тощо. [47]. Важливо відмітити, що подібна точка зору знаходить висвітлення в практичній роботі, зокрема, американській дипломатії. Так, М. Макфол, будучи призначеним послом

США в Росії, відразу став орієнтуватися на взаємодію із громадськими структурами, причому в основному настроєними опозиційно.

Очевидно, що в багатьох випадках сполучення різних каналів публічної дипломатії, у тому числі використання офіційними особами каналів прямої взаємодії з опозицією, веде до переривання або різкого обмеження контактів з офіційними представниками даної країни. А за цим іде осуд у зв'язку із втручанням у внутрішні справи інших держав.

З використанням неофіційних каналів справи йдуть складніше. Існує безліч угод, що передбачають культурні, освітні й інші подібного роду контакти. Із цієї причини складно говорити про втручання у внутрішні справи. У той же час необхідно мати на увазі, що недержавні актори не є простими провідниками політики держави при реалізації публічної дипломатії. У цьому випадку вони не стали б акторами, а були б провідниками (втім, частина з них виступає саме в такій якості й тут часом проявляються обмеження в ефективності впливу). Іншими словами, недержавні актори в багатьох випадках досить самостійні й можуть мати власну публічну дипломатію. Більше того, недержавні актори однієї держави можуть використовуватися в якості каналів публічної дипломатії іншою державою. Зв'язки й відносини тут виявляються дуже складними.

У різних ситуаціях держава може виявляти безпосереднє сприяння недержавним акторам у їхній діяльності, а може дистанціюватися, виходячи з того, що недержавні актори звичайно викликають більшу довіру. При цьому держава, взаємодіючи з різними по ступеню близькості до ній недержавними акторами, може більш тонко використовувати інструменти своєї публічної дипломатії.

Враховуючи, що можливості набагато ширші, якщо працювати із різними типами недержавних акторів, важливо розширити їхній список, зокрема активно залучати академічні кола й університети.

Виходячи з теорії мережевого суспільства, останнім часом уряди країн світу все частіше стали використовувати електронну дипломатію для

досягнення зовнішньополітичних цілей. На відміну від класичної дипломатії, де представники урядів розміщуються один навпроти одного й контактують винятково один з одним, фахівці у галузі електронної дипломатії ведуть діалог (використовуючи соціальні мережі, вебінари, онлайн-конференції у скайпі тощо) не тільки з офіційними представниками іноземних урядів, але й із представниками міжнародних організацій і громадянського суспільства, тобто з усіма зацікавленими особами (т.зв. стейкхолдерами).

З посиленням значення культурної дипломатії для міжнародних відносин відбувається й збільшення ролі медіаресурсів у зовнішній політиці. Сьогодні у світі понад мільярд користувачів мережі Інтернет, щодня 100 мільйонів відеороликів проглядається на порталі Youtube. Інформатизація людського суспільства, поряд із процесами глобалізації, дозволяє стверджувати про формування цифрової (електронної) дипломатії. Під цифрою дипломатією мається на увазі широке використання ІКТ, у тому числі нових медіа, соціальних мереж, блогів і тому подібних медіамайданчиків у глобальній мережі для сприяння державним органам у питаннях комунікацій і реалізації зовнішньополітичних цілей.

Нова реальність вимагає розробки нових стратегій для здійснення цифрової дипломатії. Дослідник Брукінгського інституту Крістіан Лорд у своїй монографії “Voices of America: U.S. Public Diplomacy for the 21st Century” вказує на високий мобілізаційний потенціал мережі: “Три людини на Facebook змогли мобілізувати мільйон у Колумбії й активістів у ряді інших країн на марш на знак протесту проти партизанської групи відомої як ФАРК (Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia - Ejército del Pueblo) [46].

На початку XXI століття Інтернет зв'язав людей усього світу в єдину аудиторію й став найважливішим джерелом політичної інформації. Якщо у 1990-і роки політологи стверджували про “ефект CNN”, тобто про ефект показу подій у прямому ефірі, то через 10 років можна вже говорити про пост-CNN ефект. Дипломати й політики регулярно користуються Інтернетом

для досягнення своїх цілей і ніколи рівень відкритості й прозорості інформації не був на такому високому рівні.

Ці зміни змушують переосмислити поняття культурної дипломатії. Наразі цільові аудиторії вже не є пасивними споживачами інформації: ріст громадянської самосвідомості й соціальної активності змінюють принципи багатосторонньої дипломатії. Державні діячі, дипломати, представники влади прямо спілкуються не тільки зі своїм народом, але й із громадянами інших країн через Twitter, Facebook, Youtube, а також за допомогою регіональних сервісів (наприклад, у Китаї дуже популярна соціальна мережа Sina Weibo).

Як форма культурної дипломатії, цифрова дипломатія є механізмом впливу на закордонну аудиторію за допомогою певних методів, таких як: розміщення радіо й телепередач у мережі Інтернет, поширення у відкритому доступі літератури у цифровому форматі, моніторинг дискусій у блогосфері, розсилання інформації через мобільні телефони, а також створення персоніфікованих сторінок членів уряду в соціальних мережах.

Одним із негативних наслідків бурхливого розвитку інформаційно-комунікаційних технологій та Інтернету є поява нових форм міжнародних конфліктів, включаючи інформаційні й мережеві війни. Існування зворотного зв'язку між дипломатичними відомствами й населенням (нове явище сучасного інформаційного суспільства) і важлива роль соціальних медіа у формуванні суспільної думки висувають певні вимоги до того, як подається інформація на офіційних сторінках дипломатичних служб у соціальних мережах. Таким чином, триваюча інформаційно-технологічна й контентна революція у засобах масової комунікації по ряду основних показників ускладнює взаємодію учасників міжнародних відносин, а використання цифрових технологій у сфері дипломатичної діяльності відкриває нові можливості для проведення політики “м'якої сили”.

Динамічний розвиток інформаційно-комунікаційних технологій та Інтернету, що формує сучасне глобальне інформаційне суспільство, не знає національних кордонів і, як наслідок, впливає на всі сфери суспільства й

держави, включаючи міжнародну політику. При цьому суттєво підсилюється Інтернет-вплив і розширюються можливості маніпулювання суспільною думкою. Усе більшу увагу залучають питання соціального інжинірингу за допомогою Інтернету й управління великими групами людей, у тому числі в політичних цілях. Сьогодні реалізація кожної зовнішньополітичної цілі підкріплюється інструментами цифрової дипломатії. У цей час існують кілька концепцій, що описують специфіку нових умов ведення цифрової дипломатії, або “електронної дипломатії”, як одного з найбільш актуальних методів використання глобальної мережі й інформаційно-комунікаційних технологій для здійснення зовнішньополітичної діяльності.

В останні роки всі частіше публікуються роботи з песимістичними оцінками ролі соціальних медіа як факторів розпалення конфліктності, що стало до деякої міри відповіддю на події “ арабської весни”. Висловлюються побоювання, що соціальні медіа можуть бути використані державами як інструмент дестабілізації ситуації в рамках як окремої країни, так і регіону в цілому. Говорячи про вплив соціальних мереж і інших цифрових каналів комунікації на ескалацію конфліктів, слід зазначити ряд прикладів подібного впливу. Як відзначає політолог Е. Морозов, “в Африці СМС часто використовуються для розпалення ворожнечі. ... Конфлікт мусульман і християн у нігерійському місті Джос забрав життя більш трьохсот людей. Правозахисники, що вивчали конфлікт у Джосі, зібрали щонайменше 145 таких повідомлень. Одні містили інструкції з убивства людей і прихованню їх трупів (“Убий, поки не вбили тобі. Закопай, поки не закопали тобі”). За допомогою інших поширювалися слухи, які призвели до ескалації насильства” [66, р. 215].

Однак використання даних цифрової комунікації та їх аналіз дозволяють знизити напруженість і звернути назад розвиток конфлікту, найчастіше це досягається відключенням комунікацій. Як відзначає вже згадуваний Е.Морозов, у ході конфлікту в Кенії соціальні мережі й мобільна телефонія використовувалися для того, щоби спочатку збирати

конфіденційну інформацію про представників окремих етнічних груп, а потім поширювати її для нападу на них і залякування [66, р. 215].

Таким чином, початковий оптимізм відносно спроможності соціальних медіа сприяти демократизації й, як наслідок, зниженню конфліктності в усьому світі згодом змінився більш критичними оцінками. У цих умовах актуалізується необхідність вивчення можливостей спрямованого застосування соціальних медіа в дипломатичній практиці з метою врегулювання міжнародних конфліктів, з розумінням їх можливостей і обмежень, при цьому врегулювання конфлікту не досягається виключно відключенням соціальних мереж, а передбачає використання більш складного інструментарію цифрової публічної дипломатії.

Дещо інший погляд на проблему пропонує американський політолог і соціолог М. Кастельс. На його думку, широке розповсюдження соціальних мереж і нових медіа і їх використання державами слід розглядати не як загрозу міжнародній безпеці, а скоріше як джерело нових можливостей для розвитку й вирішення сучасних глобальних проблем, масштаб яких непорівнянний з можливостями й ресурсами окремо взятої держави. Подібна різниця між рівнем проблем і можливостями з їхнього вирішення формує запит на глобальне управління. Глобальні інформаційні мережі й соціальні медіа пропонують можливості для формування глобального громадянського суспільства й глобальних дискусій. Публічна дипломатія в такому контексті розглядається не як дипломатія держави, але й як народна дипломатія, яка діє поверх міждержавних відносин, ґрунтуючись на загальних підходах [45]. Саме в такому контексті слід розглядати цифрову дипломатію, спрямовану на врегулювання міжнародних конфліктів.

Отже, цифрова дипломатія розглядається як широке використання інформаційно-комунікаційних технологій, у тому числі нових медіа, соціальних мереж, блогів і тому подібних медіа майданчиків у глобальній мережі для сприяння державним органам при здійсненні функцій і

комунікацій з питань, пов'язаних із зовнішньою політикою, включаючи механізми впливу на закордонну аудиторію.

Дипломатія, яка раніше була відносно “закритою” сферою діяльності, завдяки розвитку інформаційного суспільства стає усе більш відкритою для звичайних громадян. Офіційна присутність в Інтернеті, у тому числі й у світових соціальних мережах (“Твіттері”, “Фейсбуці”, “Ютубі” тощо), державних дипломатичних відомств відзначене відповідними сторінками на цих майданчиках, які є, практично, у всіх міністерствах закордонних справ розвинених країн [46].

При цьому “нова” культурна дипломатія є набагато більш ефективним способом реалізації короткострокових політичних кампаній, ніж класична культурна дипломатія. Це відбувається за рахунок більш інтенсивного інформаційно-психологічного впливу сучасних засобів комунікації. Прикладом таких короткострокових політичних кампаній може бути діяльність із залучення уваги закордонної аудиторії до якого-небудь питання й формуванню у цієї аудиторії певної думки. На офіційному сайті Держдепартаменту США можна побачити посилання на власні сторінки в різних соціальних мережах, включаючи Facebook, Twitter, Dipe, Youtube тощо. За допомогою цих мереж здійснюється скоріше не тиск на Інтернет-користувача, а його ознайомлення з інформацією про США і їх позиції по різних проблемах під необхідним кутом зору. Це, безумовно, впливовий ресурс короткострокового інформаційно-психологічного впливу, хоча такий, котрий сприймається як офіційна інформація офіційного відомства іноземної держави, що неминуче знижує його вплив на підготовленого або критично настроєного користувача соціальної мережі.

Слід також згадати про соціальні медіа.

У цьому контексті принципове значення має конкуренція або взаємодія із глобальними ЗМІ. Інформація, розповсюджувана користувачами соціальних медіа, може збігатися, а може й суперечити тому, що говориться на таких “глобальних ЗМІ”, як CNN, BBC, Al Jazeera. Деякі розбіжності у

глобальному медійному просторі дозволяють соціальним мережам у кожному разі доносити диверсифіковані версії. Однак, якщо офіційні ЗМІ й соціальні медіа створюють певну медійну картину певної події в симбіозі, у цьому випадку, швидше за все, саме ця картина сформує міжнародну громадську думку. Наприклад, у ході протестів в Ірані в 2009 р. істотну роль в їхньому висвітленні зіграла соціальна мережа мікроблогінгу “Твіттер”, яка, по суті, сформувала ставлення світової громадської думки до протестів, - значна частина світових ЗМІ передруковувала повідомлення користувачів соціальної мережі, як виразився Е. Морозов, “світ стежив за революцією в Ірані через Твіттер” [66, р. 28]. Центр “Пю рісерч”, встановивши, що 98% самих популярних гіперпосилань, розміщених у Твіттері під час безладь в Ірані, були пов'язані із цими подіями. Алі в більшості випадків записі у Твіттері були зроблені (або продубльовані) людьми, що перебували не в Ірані [66, р. 28].

Однак ефективність цифрової дипломатії буде залежати від чутливості сторін конфлікту до міжнародної громадської думки, насамперед, з погляду неприпустимості жертв серед цивільного населення. Деякі політичні режими до нього абсолютно байдужі, інші, навпаки, - вкрай чутливі. [77]. Автор відзначає, що зміни громадської думки у результаті публікацій про насильство відносно цивільних осіб знижують інтенсивність конфліктних дій; насамперед, це стосується Ізраїлю, який більшою мірою, ніж ХАМАС, схильний орієнтуватися на суспільні настрої. Разом із тим увага з боку посередників - Єгипту, США, ООН - по традиційних каналах дипломатії, а не шляхом використання соціальних мереж веде до ескалації конфлікту, причому як для Ізраїлю, так і для ХАМАС. Як відзначає автор, і ХАМАС, і Ізраїль активно використовували соціальні медіа, щоби вплинути на закордонну аудиторію в ході цього конфлікту. Більше того, використання Твіттера обома сторонами конфлікту було безпрецедентним.

Виходячи з того, що неприйнятність жертв серед цивільного населення є цінністю, характерною для індивідуалістичної західної політичної

культури, у рамках якої значимі ідеали Освіти, можна зробити висновок, що використання цифрової дипломатії як інструмента тиску буде ефективним відносно держав, що є частиною міжнародного співтовариства Заходу (що розуміється в термінах Х. Булла [44]) або прагнуть увійти в нього. Це твердження підтверджується статистикою - понад 40% користувачів Твіттера проживають у країнах Західної Європи й США [57].

Незважаючи на відмінності політичних режимів у чутливості до міжнародної громадської думки, практично всі ЗМІ сьогодні вдаються до цифрової дипломатії, якщо для цього є відповідні ресурси. Цим займається, наприклад, і ХАМАС, і Ізраїль. Пояснюється це тим, що ніхто не прагне відчувати додатковий тиск ззовні. Виключення становлять держави, які спроможні забезпечити інформаційний вакуум для своїх громадян, який дозволяє останнім не зауважувати зовнішній інформаційний тиск, навіть якщо він виникне. Але в сучасному світі зробити це вкрай складно, особливо враховуючи практично повсюдне поширення смартфонів, а також плани ряду ІТ-компаній, таких як Google, зі створення інфраструктури для глобальної зони бездротового Інтернету.

Проведений аналіз показує, що цифрова дипломатія в умовах конфлікту буде ефективно знижувати його гостроту тільки у випадку чутливості однієї зі сторін до міжнародної суспільної думки. З іншого боку, ефективність соціальних ЗМІ як інструментів провокації й підтримки конфліктів практично не залежить від зовнішніх факторів. Наприклад, соціальні медіа відіграють ключову роль у практиці рекрутування в ІДІЛ. Як показують дослідження, даний процес носить характер самоорганізації. Перебравшись у Ракку, молодий житель, наприклад, Лондона активно використовує соціальні медіа, щоб звертатися до своїх друзів, близьких і знайомих, що залишилися у Великій Британії. Як правило, такий заклик від знайомої людини знаходить відгук і ряди терористів поповнюються новобранцями. З іншого боку, дані повідомлення в соціальних мережах, пости зі світлинами, до яких прив'язані геотеги, дозволяють силам, що

борються з ІДЛ, наносити точкові удари по базах бойовиків, використовуючи невдачливих блогерів як навідників.

Таким чином, слід визнати, що соціальні медіа служать більш зручним інструментом для розпалення конфліктів, аніж для їхнього врегулювання. Разом з тим, використання соціальних медіа для впливу на суспільну думку самих конфліктуючих сторін може привести до протилежного ефекту. В умовах конфлікту висока роль внутрігрупового зімкнення й внутрігупової ідентифікації, тому подібна інформація може сприяти лише розпаленню конфлікту. Як приклад можна привести внутрішній конфлікт у Китаї. В 2009 р. у китайській провінції Сінцзян Інтернет був відключений на 10 місяців у результаті масових зіткнень на етнічному ґрунті між уйгурами й ханьцями. Приводом до безладь став провокаційний запис на форумі sg169.com; наступній ескалації насильства сприяв відеоролик, що зафіксував побиття ханьцями декількох уйгурів-робітників юрбою, озброєною металевими трубами [66, р. 13].

Внаслідок своєї популярності соціальні медіа широко використовуються на рівні співтовариств, а також окремих осіб, залучених у конфлікт і зацікавлених у його врегулюванні й зниженні негативних наслідків. Це доступний засіб, що знижує вартість колективних дій, що підвищує ефективність координації, не завжди дає однаково успішні результати, однак широко використовується й очевидно, що дана тенденція збережеться й буде посилюватися в майбутньому.

У цьому випадку роль посередника полягає, насамперед, в інформуванні учасників постконфліктного врегулювання в можливостях для діалогу, що надаються Web 2.0 технологією, навчання їх використанню й створенню необхідних цифрових майданчиків. Разом з тим, умовою ефективного посередництва є нейтральність посередника або його рівновіддаленість від сторін конфлікту. Найчастіше соціальні медіа сприймаються як інструмент зовнішньої політики держав і можуть бути

використані як інструмент дестабілізації ситуації в рамках як окремої країни, так і регіону в цілому.

Наприклад, у дослідницькій літературі також можна зустріти точку зору, згідно з якою США зіграли певну роль у розпаленні протестів “арабської весни”, маючи можливість впливати на суспільні настрої й динаміку самоорганізації за допомогою інструментів “цифрової дипломатії”, заснованої на використанні соціальних мережі для взаємодії із широкими колами громадян зарубіжних держав [66]. Це веде до того, що держави, що брали участь в конфліктах, прагнуть обмежити доступ до інформації, переданої онлайн, як це відбувається, наприклад, у Сирії.

Висновок до розділу 1

Таким чином, розглянувши теоретичні засади розвитку цифрової комунікації і дипломатії ЄС, ми прийшли до таких висновків:

– Сучасна (нова) публічна дипломатія являє собою набір складного інструментарію, установок і ціннісних орієнтирів. Поняття “публічна дипломатія” виявляється досить невизначеним, що по-різному розуміється авторами. На практиці це викликає труднощі у виборі інструментів впливу, а головне - в адекватності їх застосування в тій або іншій ситуації. Вплив на суспільства інших держав породжує протидію, що може вилитися в різні форми, аж до інформаційних війн, що, однак, не є ні “м'якою силою”, ні проявом публічної дипломатії. Проте інформаційні війни в ряді випадків виявляються діючим засобом впливу.

– Поява цифрової дипломатії як новітнього інструменту зовнішньополітичної діяльності пов'язаний із теорією мережевої комунікації. Ключовими складовими теорії мережевої комунікації, можна вважати ряд понять – інформаційного суспільства, масової комунікації, засобів мас-медіа та Інтернет.

– Цифрова дипломатія – це спосіб впливу на міжнародну ситуацію й іноземну аудиторію за допомогою новітніх інформаційних технологій. У середині 2000-х років у Державному департаменті США, враховуючи розвиток сучасних технологій і засобів комунікації, було переосмислено принципи культурної дипломатії, спираючись на можливості Інтернету, супутникового телебачення й мобільного зв'язку, тим самим значно розширивши її компетенцію.

– Цифрова дипломатія широко використовує ІКТ, нові медіа, соціальні мережі, блоги для сприяння державним органам у питаннях комунікацій і реалізації зовнішньополітичних цілей. Державні діячі, дипломати, представники влади безпосередньо спілкуються через Twitter, Facebook, Instagram, Youtube, а також за допомогою регіональних сервісів (у Китаї - Sina Weibo). Сьогодні реалізація кожної зовнішньополітичної цілі підкріплюється інструментами культурної дипломатії.

– Головним завданням цифрової (віртуальної) дипломатії є поліпшення іміджу держави та зміцнення існуючих дружніх зв'язків, союзів і встановленого співробітництва між американцями й людьми в різних країнах. При цьому США є незаперечним світовим лідером із використання механізмів і можливостей культурної дипломатії. На другому місці із динаміки і потенціалу використання культурної дипломатії можна розмістити країни ЄС, потім КНР тощо. Водночас потенціал Сполучених Штатів є неспівставно великий порівняно із вказаними державами.

РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ЕЛЕКТРОННОГО УРЯДУВАННЯ В ДЕРЖАВАХ ЄС

2.1. Впровадження електронного урядування в ЄС: історія й сучасність

Наразі для об'єднаної Європи найбільшою загрозою є її непевність у сьогоденні й майбутньому, що позначається на міжнародному престижі ЄС. Євроскептики досить сильно просувають ідею дезінтеграції Європейського Союзу. Цьому суттєво посприяв фактичний провал брендової політики ЄС, яка так і не змогла об'єднати громадян на емоційному й раціональному рівнях. Проблема в тому, що громадяни Євросоюзу не розуміють ключових переваг, які ЄС привніс у їхнє життя, а це може призвести до погрози миру, стабільності й толерантності [72].

Проблематика бренда й брендинга давно вже цікавить як фахівців у сфері маркетингу, так і політичних досліджень. Однак брендинг ЄС аналізували лише деякі вчені. Так, К. Валентіні й Дж. Несті у книзі “Публічні комунікації в Європейському Союзі: історія, перспективи й виклики” (Public Communication in the European Union: History, Perspectives and Challenges) розглядали важливість комунікації у багатонаціональному й мультикультурному середовищі ЄС із різних теоретичних перспектив (політичної комунікації, журналістики, зв'язків із громадськістю, публічної дипломатії, політології, культури). Автори відзначають, що бренд ЄС - принципово важлива складова для успішного функціонування об'єднаної Європи. Основна увага в контексті брендингу відведена візуалізації й публічній дипломатії [76].

П. ван Хем у статті “Брендинг місць: сучасний стан” (Place Branding: The State of the Art) чітко відзначає, що ЄС повинен рекламувати себе більш інтенсивно як бренд об'єднання, яке забезпечує безпека й мир у регіоні через власну силу [52].

А.М. Хауер-Тюкаркіна в роботі “Бренд “Європейський Союз” розглядає можливість застосування для ЄС технології “національного брендингу” з метою побудови ефективного й сильного бренда, який допоможе поліпшити репутацію Євросоюзу в умовах економічної й політичної кризи. Автор формулює основні принципи бренда ЄС, описує кроки побудови бренда й позначає основи комунікативної платформи, необхідної для просування бренда ЄС [36].

Інструментами просування бренда є публічна дипломатія, туризм, експорт, прямі зовнішні інвестиції. Питання публічної дипломатії досліджували Дж. Най, Є. Джуліон, В. Сеїдов, Е. Макаренко, А. Кучмій, П.Пехлеві. Складові технології публічної дипломатії були в колі наукового пошуку Дж. Брауна, К. Росса, співвідношення публічної дипломатії й інших напрямків комунікативістики досліджували В. Нілс, В. Остік, Дж. Груніг, Ч.Вольф, Б. Росені тощо.

Дотепер питання сприйняття ЄС і його бренда залишається дискусійним, зокрема Євросоюз описують як “громадянську силу”, “нормативну силу”, “метро-сексуальну супердержаву”, “чемпіона мультилатералізму”, “співтовариство демократії”, “постачальника норм і цінностей” (самі ж європейці акцентують увагу більше на таких проблемах як зміни клімату, гендерна рівність, сексуальні права) [51]. Однак комплексний характер ЄС як організації суттєво ускладнює для зовнішньої громадськості розуміння Європейського Союзу і його інститутів. Так, громадяни третіх країн практично не розрізняють між собою такі поняття як “Захід”, “ЄС”, “Європа”, “держави-члени” і безперечно плутаються в інституціональній структурі Євросоюзу [75].

ЄС хоча й існує майже одночасно з ООН, але постійно міняється, що й створює проблеми розуміння закордонною аудиторією. В 2004 р. у Брюсселі пройшла конференція “Іміджі Європи”, де представники зовнішньої громадськості пояснювали, яке сприйняття має ЄС в їхніх країнах: 1) хоча європейці вважають, що не існує єдиної європейської ідентичності, для

рядових китайців усі жителі Європи є європейцями; 2) для жителів Індії ЄС асоціюється з тим, чим співтовариство не прагне стати (у порівнянні із США): агресором, місцем конфліктів, економічного занепаду; 3) для жителів Австралії ЄС є дуже привабливим з погляду культурної спадщини, але австралійці не бачать справжньої політичної єдності Європи [51]. Саме потужний бренд міг би служити формуванню й просуванню уніфікованих позитивних яскравих асоціацій про ЄС у зовнішньої й внутрішньої громадськості.

Одним з інструментів брендингу ЄС є публічна дипломатія, яку М.Леонард описує як “налагодження відносин, зокрема , через розуміння потреб інших країн, культур, людей; подачу точок зору; коректування помилкового розуміння; пошук сфер загального бачення ...“ [59]. У ЄС ключовими акторами, які здійснюють публічну дипломатію, є інститути ЄС (хоча роль Ради й Парламенту більш символічна). Європейська комісія залучена в публічну дипломатію через делегації в третіх країнах, діяльність зовнішніх Генеральних директоратів, партнерства (наприклад, через Партнерство Євромед або Східне Партнерство), програму міжкультурного діалогу.

Публічна дипломатія ЄС у багатьох країнах і регіонах впливає на сприйняття Євросоюзу й на ефективність його зовнішньої політики й ініціатив. Для реалізації ефективної публічної дипломатії ЄС слід знати, як його діяльність сприймається за кордоном. Мета публічної дипломатії ЄС - підсилити поінформованість із його зовнішньополітичними цілями й позитивно вплинути на сприйняття ЄС як активного й ефективного актора глобального рівня, просувати такі цінності ЄС як мир, безпека й процвітання.

Європейська служба зовнішньої діяльності (European External Action Service (EEAS)), заснована в 2009 р., являє собою провідний інститут, уповноважений здійснювати комунікацію й координувати публічну дипломатію ЄС разом з Європейською комісією й Генеральними директоратами із зовнішнім мандатом.

Однак основним викликом є конфлікт між внутрішніми й зовнішніми аспектами публічної дипломатії ЄС, оскільки часто держави-члени розглядають публічну дипломатію Євросоюзу як частину їх національної публічної дипломатії, зокрема, у просуванні культури. У центрі всієї публічної дипломатії перебуває питання, що слід повідомляти і як зробити комунікацію скоординованою для відправлення погодженого повідомлення закордон [40]. Європейський Союз прагне координувати галузі публічної дипломатії держав-членів. Вважається, що колективна публічна дипломатія є вигідною для держав-членів, оскільки допомагає обмежити критику публічної дипломатії держав-членів. Більше того, це вигідно менш потужним країнам, які тільки виграють від колективної публічної дипломатії. Однак ЄС залишає за державами-членами право підтримувати свої власні відносини із третіми країнами.

Делегації й офіси ЄС (близько 140) мають на меті зробити зовнішню діяльність Євросоюзу більш погодженою, ефективною, а бренд організації – таким що легко впізнається, і, як наслідок, підсилити вплив Європейського Союзу у світі. Їхніми типовими сферами публічної дипломатії є: посилення позитивного сприйняття ЄС, коректування помилкових стереотипів, лобіювання інтересів Євросоюзу, співробітництво в сфері публічної дипломатії, залучення до рішення конфліктних ситуацій. Усі Генеральні директорати керуються принципом задовольняти потребу громадськості в інформації й генерувати діалог із широкою громадськістю. Засобами поширення інформації є портал EUROPA, канали супутникового віщання “Europe by Satellite” і “Europe by Satellite+”, інформаційна служба ЄС “Europe Direct”.

Іншим засобом публічної дипломатії ЄС є Інструмент Партнерства, заснований в 2014 р., мета якого - просувати й поширювати Євросоюз і взаємні інтереси за кордоном. На 2014-2020 рр. бюджет Партнерства становив € 954 800 000 для діяльності в третіх країнах. Основне завдання - збільшення довіри в країнах-партнерах, посилення розуміння політик,

пріоритетів, поглядів ЄС; просування інтересів і цінностей ЄС; поліпшення сприйняття ЄС. Цільова аудиторія - учені й студенти (програма імені Жана Моне). Це ті, хто ухвалює політичні рішення й ті, хто на них впливає (створення мозкових центрів, які сфальцьовані на питаннях ЄС; сприяння діалогу між ЄС і місцевими політиками третіх країн); організації громадянського суспільства (Трансатлантичні діалоги ЄС - США, Форум громадянського суспільства ЄС - РФ, участь громадянського суспільства ЄС - Японії з питань основних прав); художники (тренінг, реалізація спільних проєктів). Діяльність здійснюється на міжособистісному рівні, у соціальних мережах, через інформаційно-просвітницькі акції, співробітництво в культурній сфері [71].

Згадані актори публічної дипломатії мають на меті донести до зовнішньої аудиторії наступні ідеї:

1. ЄС - бренд достатку, що представляє матеріальний комфорт і сімейні цінності, маяк цивілізації й процвітання. В останні роки цей бренд є надзвичайно привабливим саме для зовнішньої публіки, яка спровокувала серйозну міграційну кризу в Євросоюзі. Внутрішня громадськість не занадто прихильна до цього бренду ЄС, тому що її матеріальні потреби задовольняються, насамперед, національними державами. Європейський Союз направляє свої сили на інформування міжнародного співтовариства, у тому числі неєвропейських держав про його цінності. ЄС намагається представити себе як посередника демократичних перетворень, захисника прав людини, донора гуманітарної допомоги, активного ініціатора благодійних акцій.

2. Як бренд території ЄС виступає за ідею "Європи", яка пов'язана із широким колом понять і уявлень, починаючи від християнства й освіти до голокосту й футбольного хуліганства. Історія Європи була джерелом натхнення для політиків, художників і підприємців. Кожний регіон має певні територіальні особливості, якими відрізняється від інших і є компонентом територіального капіталу. В умовах глобалізаційних процесів сьогодні в

Європі можна одночасно бути каталонцем, іспанцем і європейцем або бретонцем, французом і європейцем. Національні ідентичності не конфліктують, оскільки в умовах європейської толерантності й інклюзії нації поєднуються в різноманітності (згідно зі слоганом ЄС “United in Diversity”) на основі свободи, демократії, солідарності, поваги до прав людини й верховенства права. Саме ці універсальні цінності, які можна ідентифікувати, на які можна посперитися, і створюють бренд ЄС. Після двох спустошливих війн бренд ЄС зумів зберегти мир протягом 70 років [72]. Європейська ідентичність полягає у відмові від війни, боротьбі з бідністю й безробіттям, захисту навколишнього середовища, багатстві й різноманітності європейської культури.

3. ЄС - корпоративний бренд і бренд послуг, оскільки забезпечує послуги для різних зацікавлених сторін, у тому числі місцевих підприємств, засобів масової інформації й громадян (у формах фінансової допомоги, будівництва доріг, шкіл, підвищення безпеки тощо).

4. ЄС - політичний бренд, тому, що його основні цінності - демократія, мир, стабільність і процвітання, які широко пропагуються в усьому світі, а не тільки серед учасників співтовариства. Подібно іншим брендам, ЄС поширює свій вплив через залучення країн - треті країни прагнуть до членства, бажаючи бути частиною бренда Євросоюзу.

Інститути Європейського Союзу, делегації, програми, інформаційні центри тощо використовують зовнішні атрибути бренда ЄС для ідентифікації Євросоюзу й об'єднання навколо загальних цінностей. Лісабонський договір містить положення про загальні символи ЄС (гімн, прапор, девіз, День Європи), які відіграють вирішальну роль у створенні більш сильної візуальної ідентичності для Євросоюзу як усередині, так і за його межами. Блакитний прапор з жовтими зірками є символом європейської ідентичності, але в багатьох частинах світу не породжує позитивних асоціацій, або ж взагалі невідомий. У третіх країнах прапор ЄС часто асоціюється тільки з миротворчою діяльністю.

Гасло ЄС “Єдність у різноманітності” покликано показати, що європейці зібралися разом, щоб працювати на благо миру й процвітання, при цьому підтримуючи збереження різних культур, традицій і мов (однак, це гасло не є унікальним - так Південна Африка, Індонезія й Папуа-Нова Гвінея мають аналогічний установчий девіз).

“Ода радості” - європейський гімн, затверджений в 1972 р., повинна була стати життєво важливим внеском у звукове представлення бранда ЄС, де використання відомої мелодії зміцнює ідентичність. Проте, гімн залишається непопулярним поза офіційними заходами й зустрічей. Найбільш відчутним і видимим елементом візуальної ідентичності є валюта євро, з якої, насамперед, і асоціюється Євросоюз.

Європейські інститути й країни-члени розробили кілька логотипів для вираження візуальної ідентифікації. До п'ятдесятиліття від дня підписання Римського договору Європейська комісія організувала конкурс для студентів, щоби розробити новий логотип і гасло ЄС (Together since 1957). Подібні конкурси проводилися для школярів у багатьох неєвропейських країнах, де вони виражали в малюнках, що для них значить Європа. Європейська комісія була переконана, що дизайнерські й художні конкурси на різних континентах можуть бути цікавими для вивчення асоціацій, які породжує ЄС за рубежем.

Питання бранда, представляється організації на міжнародній арені - досить хибка й динамічна категорія. Тому, щоби підтримувати успішне функціонування організації у світовому співтоваристві, залучається чимало фінансових і людських ресурсів. Це здійснюється різними способами й одним з нових інструментів публічної дипломатії, орієнтованих на формування й просування бранда ЄС у світі стала організація “European Union Brand Centre” (Brand EU Centre), заснована в 2014 р. у Лондоні. Це - інформаційно-аналітичний і комунікаційний центр, який був сформований за підтримки Центру “Gold Mercury International”.

Основною метою Центру є поліпшення розуміння й зв'язки громадян з Європейським Союзом. Засновники стверджують, що національні уряди

держав- членів і сам Брюссель у значній мірі були неефективними при створенні сильної ідентичності бренда ЄС серед своїх громадян. Місія Центру - сприяння в створенні потужної ідентичності бренда ЄС і бачення, яке доноситься до громадян ЄС і всього світу. Основна ідея полягає в тому, що колективна ідентичність громадян у межах ЄС, а також цінностей, які європейці дотримуються, являють собою потужний бренд, який є надзвичайно значимим і цінним. Європа потребує нового інноваційного бачення континенту. Незважаючи на те, що ЄС - колыска глобального управління й світу, бренд або ідентичність Євросоюзу не вдалося досить добре донести до людей, а це підриває глобальне суспільне благо миру й стабільність у Європі. Європейський Союз має свою історичну спадщину, а сучасний стан бренду не відображає поточну реальність: чого досягнув ЄС і що об'єднання робить для Європи й світу [43].

Brand EU Centre не орієнтований на швидку зміну логотипа ЄС або нову рекламну кампанію привабливості. В якості стратегічного мозкового центру дослідники шукають фундаментальні зміни в парадигмі ЄС. Щоби створити нове бачення й ребрендинг ЄС, роль Центру полягає в сприянні розвитку майбутніх сценаріїв Європи й довгострокового стратегічного бачення, яке передбачає залучення зацікавлених сторін на різних рівнях, а також прояснення декількох аспектів Євросоюзу для всіх.

Основні напрямки впливу такі:

1. Дослідження (дослідження майбутніх сценаріїв Європи, широкі дослідження, засновані на фактах публікації, доповіді й рекомендації з питань політики).

2. Ефективні змістовні й комунікаційні програми, включаючи інформаційні портали <http://www.brandeu.eu> і <http://www.captaineuro.eu>, інформування й освіта громадян з питань ЄС, поширення повідомлень із використанням глобальних засобів масової інформації, маркетингові комунікації (реклама, Інтернет- маркетинг, відео, інфографіка тощо).

3. Налагодження партнерства й впливу - залучення ключових осіб, що ухвалюють рішення й лідерів громадської думки в проєвропейський дискурс, організація великих заходів для обговорення ключових тем, співробітництво з іншими аналітичними центрами, організаціями й компаніями для просування бачення й цінностей ЄС [43].

Центр представив своє бачення бренда ЄС - мирне, єдине співтовариство, що розвивається на основі демократичного, плюралістичного й вільного суспільства. Таке бачення бренда найкраще може бути виражене через 4 основні завдання й цінності:

1. Громадянство й ідентичність: громадяни ЄС є основою побудови бренда ЄС. Подвійне громадянство - цінний актив у глобальному світі. Громадяни ЄС перебувають у центрі проекту, щоби побудувати сильну європейську ідентичність поряд з національною ідентичністю. Будь-яка особа, що має громадянство країни ЄС, автоматично є громадянином усієї Європи з життєво важливими правами й перевагами у світовому співтоваристві.

2. Світове співробітництво: об'єднана Європа для єдиного світу. Країни ЄС розділяють загальні цінності й універсальні ідеали свободи. Економічне, політичне, культурне співробітництво з іншими країнами важливо для глобального світу, щоби розв'язати найбільші світові проблеми.

3. Глобальна стабільність: прогнозування й підготовка до майбутнього. Важлива не тільки економічна, соціальна й екологічна стійкість. Необхідне створення вільного й плюралістичного суспільства, де права людини є пріоритетними.

4. Постійні інновації для прогресу: революційні перетворення в застарілому мисленні, моделях і політиці; інновації з метою генерування реального прогресу у світі й розширення прав і можливостей у Європі для громадян.

Напрямами діяльності Brand EU Centre є:

- моніторинг сприйняття й комунікації бренда ЄС у Європі й в усьому світі;
- розвиток наукових досліджень і публікацій по ключових темах і питаннях ЄС;
- стратегічне бачення, сценарії майбутнього, стратегії бренда й політичні заяви;
- визначення ключових знакових тем ЄС;
- створення, проектування й управління інформаційно-комунікаційними кампаніями на території ЄС;
- формування чітких, простих повідомлень про ЄС;
- реакція на міфи євроскептиків, створені про ЄС;
- розвиток маркетингу партнерських альянсів;
- створення істотної присутності ЄС у засобах масової інформації;
- позиціонування ЄС у світових рейтингах різних сфер і галузей [43].

Дослідники Центру запустили кілька інформаційних порталів, щоби пояснити ключові питання ЄС, зокрема :

- “Європейські сценарії 2025 року” (European Scenarios 2025);
- “Прояснення міфів ЄС” (Demystifying the EU Myths Report);
- “Американському й глобальному бізнесу потрібний єдиний ЄС” (American and Global Business needs a United EU);
- “ЄС як гарант миру” (EU, the Weaver of Peace).

Передбачається, що нова серія публікацій буде підготовлена найближчим часом і охопить ключові теми європейської ідентичності, безпеки й баченні майбутнього ЄС.

Серед проектів, представлених Brand EU Centre, - “Captain Euro”. У рамках своєї стратегії в 2015 р. фахівці Центру відновили в Європі раніше існуючий образ Супергероя з новими веб-сайтом, матеріалами, публікаціями, символікою. Проект “Captain Euro” був запроваджений ще у 1990-і роки, щоби допомогти запустити нову європейську валюту й розв'язати недостатньо чітку європейську ідентичність. Це створило миттєвий

суспільний резонанс і стало сенсацією в ЗМІ. Було ухвалене рішення відновити образ, щоб допомогти побудувати новий бренд Європи, вирішити кризу ідентичності ЄС й інші глобальні проблеми із зовсім новим підходом до аудиторії, використовуючи силу сатири, гумору й інтриги для підвищення поінформованості про ЄС [43].

2.2. Досвід Західної Європи

Засоби масової комунікації у країнах Європи традиційно впливали на хід конфліктів і пошук шляхів їх вирішення. ЗМІ використовувалися сторонами конфлікту для ідеологічного впливу, посилення й популяризації власної позиції, впливу на суспільну думку. Досягнення влади на міжнародній арені завжди здійснювалось за допомогою не тільки насильства, але й переконання. Сучасний етап розвитку суспільства, що характеризується широким розповсюдженням інформаційних технологій, створює нові можливості для розв'язання конфліктів за рахунок використання нових каналів комунікації й впливу на конфліктуючі сторони ненасильницьким шляхом. Насамперед, мова йде про цифрову комунікацію, здійснювану за допомогою глобальної мережі Інтернет, яка створює умови для глобальної інтерактивної комунікації в режимі реального часу. Розвиток Інтернету формує глобальний інформаційний простір, що поступово здобуває риси ЗМІ. Під глобальним інформаційним простором розуміється електронне середовище, за допомогою якого інформація створюється, передається, ухвалюється, зберігається, обробляється й знищується, а також власне і знання, які опрацьовуються в рамках цього середовища. Таким чином, глобальний інформаційний простір не вичерпується мережею Інтернет, у нього входять як інші інформаційні мережі, так і інформація й знання, створювані, збережені, оброблювані й передані за допомогою цих мереж. Однак саме Інтернет являє собою основну інфраструктуру інформаційного суспільства й характеристики, притаманні Інтернету, впливають на природу

глобального інформаційного простору й проблематику забезпечення міжнародної інформаційної безпеки.

Інтернет підсилює багато значимих тенденцій і процеси зі світової політики, у тому числі глобалізацію, розмивання державних кордонів, взаємозалежність в економічній сфері, вихід недержавних акторів на світову арену. Одним із результативних наслідків глобальної інформатизації став її вплив на міждержавне протиборство, який переходить у цифрове середовище, породжуючи такий феномен, як інформаційні війни й конфлікти. Таким чином, в умовах інформаційної революції істотних змін зазнають як засоби масової комунікації, так і природа міжнародної політики, що позначається і на конфліктах, і на підходах до їхнього врегулювання. Трансформація Вестфальської політичної системи світу, розмивання державного суверенітету й посилення впливу нових акторів світової політики спричиняють зміни природи міжнародних конфліктів і актуалізують пошук нових підходів до їхнього врегулювання. Важливим фактором трансформації політичної системи світу стає науково-технічна революція, у рамках якої особливе значення знаходить розвиток інформаційно-комунікаційних технологій.

На сучасному етапі розвитку інформаційного суспільства важливу роль відіграють Web 2.0 технології (найбільш відомі серед їх соціальні мережні сервіси Facebook, Twitter тощо). Соціальні медіа дозволяють користувачам Інтернету зв'язуватися один з одним, обмінюватися інформацією: текстами, фото, відео- і аудіо-записами. Причому користувачі стають активними творцями контенту й можуть скласти конкуренцію великим медійним корпораціям. На практиці знаходить своє втілення модель комунікації “багато-до-багатьох”. Масштаби й популярність соціальних мереж як засобу комунікації в усьому світі зростають. Показово, що в 2009 р. уперше число користувачів соціальних мереж перевищило число користувачів електронної пошти, яка до цього була самим популярним онлайн-сервісом. Особливістю соціальних медіа є відсутність традиційних “воротарів” (газет і телебачення,

які раніше мали можливість визначати новинний порядок денний і характер подачі інформації), що дозволяє вийти на глобальну аудиторію окремим користувачам Мережі. Таким чином, соціальні медіа відіграють роль нових воротарів, трансформуючи політичну комунікацію в глобальному масштабі, що впливає й на сферу світової політики.

Використання цих технологій у дипломатичній практиці позначило назву “цифрова дипломатія” спочатку застосовувалося до зовнішньої публічної політики США, орієнтованої на інтерактивну взаємодію із громадянами іноземних держав прямо за допомогою соціальних мереж, минаючи офіційні канали.

Зокрема, під цим малося на увазі широке використання інформаційно-комунікаційних технологій, у тому числі нових медіа, соціальних мереж, блогів і тому подібних медіамайданчиків у глобальній мережі [37]. Цифрова дипломатія - один з напрямків публічної дипломатії, орієнтованої на залучення в дипломатичну практику широких верств населення, а не на взаємодію з політичної й дипломатичної елітами закордонних держав. Уряд Сполучених Штатів визначає цифрову дипломатію як застосування соціальних мереж у дипломатичній практиці уряду США для забезпечення взаємодії американських дипломатів із закордонними користувачами Інтернету [56].

Для розуміння специфіки цифрової публічної дипломатії представляється доцільним більш докладно зупинитися на характеристиках сучасних Web 2.0 технологій. Термін Web 2.0 був запропонований Т. О'рейлі в 2003 р. для опису сучасного етапу розвитку глобального інформаційного простору, де велику роль відіграють соціальні мережі. О'рейлі виділив 7 ключових принципів Web 2.0, на яких заснований розвиток Всесвітньої мережі [70]:

- 1) Інтернет стає ключовою платформою політичного дискурсу;
- 2) використання Інтернету в політичних цілях формує колективна самосвідомість користувачів Мережі;

3) значимість даних перевищує значимість програмного забезпечення технічної інфраструктури;

4) швидка трансформація публічної політики в результаті використання соціальних медіа;

5) поширення політичного контенту за допомогою різних додатків;

6) велика користувачька аудиторія на політичних сайтах.

Дослідники акцентують увагу на тому, що соціальні медіа й Web 2.0 технології сприяють колективним діям, внаслідок чого ЗМІ мають значний політико-формулюючий потенціал як у рамках окремої держави, так і на рівні транснаціонального політичного середовища [70] Таким чином соціальні медіа й Web 2.0 технології являють собою інструменти, які володіють рядом функцій у політичній комунікації в глобальному масштабі: дозволяють одержати уявлення про події, що відбуваються у світі; формують ставлення до тієї або іншої події; дозволяють поширювати культуру, цінності, релігію та ін., а також виконують розважальну функцію.

При цьому в кожній функції, яку виконують медіа, є зворотний бік, тобто “дисфункція” (медіа надають інформацію людям, яких ЗМІ згодом можуть використовувати як на користь, так і на шкоду собі й суспільству в цілому, - наприклад, ЗМІ поширюють інформацію про природне нещастя, щоб люди мали можливість підготуватися й вжити заходів, але ця ж інформація може спровокувати паніку й хаос тощо.

Вплив соціальних медіа як інструментів нової цифрової публічної дипломатії на міжнародний конфлікт може бути двояким - ЗМІ можуть сприяти як урегулюванню конфліктів, так і їх розпаленню.

Прихильники концепції цифрової публічної дипломатії як інструмента врегулювання конфліктів відзначають, що соціальні медіа здатні не тільки змінювати ієрархічний характер комунікації, властивий традиційній дипломатії, але й залучати рядових громадян у вирішення дипломатичних завдань, а також прямо звертатися до закордонної аудиторії. Якщо початково практика публічної дипломатії забезпечувала перехід від монологу до

діалогу, то цифрова дипломатія також створює умови для розвитку проектів співробітництва, в якості інструментів можуть використовуватися різні цифрові платформи для створення контенту (wiki-, онлайн- енциклопедії й ін.), а також реалізація акцій і програм, що скоординовані в онлайн-середовищі за допомогою спеціальних інструментів краудсорсинга і краудфандинга [48].

Авторитетний американський політолог Д. Най також відзначає значимість інформаційного впливу в конфліктах. Він вважає, що в сучасних конфліктах військові сили й цивільне населення, фізичне руйнування й інформаційний вплив тісно переплетені. Більше того, наявність камер у кожному мобільному телефоні й програми для редагування фото на кожному комп'ютері лише підсилюють інформаційну складову сучасного міждержавного протистояння [69, р. 34]. Дійсно, сьогодні інформаційне висвітлення, у тому числі за допомогою соціальних мереж, є невід'ємним компонентом міжнародної політики, у тому числі й міжнародних конфліктів.

Цифрова публічна дипломатія, спрямована на підтримку громадських ініціатив, створення каналів комунікації й встановлення діалогу між конфліктуючими сторонами, дозволить змінити інформаційний контекст конфлікту, у такий спосіб трансформуючи його динаміку, виступаючи одним з інструментів посередництва. Разом з тим, на різних етапах конфліктного протистояння об'єкт впливу цифрової публічної дипломатії й критерії вибору посередника різні. У ході попередньої фази конфлікту найбільший вплив виявляють структурні фактори (об'єктивні фактори, які задають певний "поріг", що є критичним при розвитку конфліктних відносин), а на завершальній фазі конфлікту виявляються значними процедурні фактори (суб'єктивні фактори, що виражаються в орієнтації конфліктуючих сторін на подальше розв'язання конфлікту й продовження протистояння). Таким чином, у ході врегулювання відкритих збройних конфліктів доцільно впливати на структурні фактори, а в ході постконфліктного врегулювання, щоби виключити передумови для виникнення нових конфліктів, - на

процедурні, що визначає критерії вибору об'єкта впливу цифрової публічної дипломатії.

На етапі відкритого протистояння особливо значимі структурні (суб'єктивні) фактори, тому основним завданням посередника в цьому випадку є надання тиску на конфліктуючі сторони з метою зміни прийнятих ними однобічних рішень. А цифрова дипломатія надає можливість надання опосередкованого тиску шляхом впливу на громадську думку.

Інтерактивні Web 2.0 технології формують інформаційний контекст, у якому проходить конфлікт. Соціальні мережі сприяють інтерактивній комунікації й поширенню інформації про конфлікти, створюючи можливості для великої кількості людей, що проживають у зоні конфліктних дій або залучених у конфлікт, прямо передавати інформацію про нього для широкої аудиторії, розширюючи коло непрямих учасників конфлікту й трансформуючи сильні сторони й переваги конфліктуючих сторін, тобто впливаючи на структурні фактори конфліктного протистояння.

При цьому об'єктом цифрової дипломатії стають не громадяни протилежної сторони, а міжнародна громадська думка. Це тим більше парадоксально, оскільки об'єктом цифрової дипломатії в мирний час, як правило, є суспільства закордонних держав. Суб'єктами ж цифрової дипломатії можуть бути як держави, так і міжнародні організації, навіть окремі особи, наприклад блогери або журналісти. У ході конфлікту сторони апелюють до міжнародної суспільної думки як зовнішнього арбітра. Особлива увага, звичайно, приділяється інститутам і особам, які впливають на формування міжнародної громадської думки. Це ООН, особливо її Генеральний секретар, міжнародні громадські організації, Папа римський тощо. Показово, що вище позначені лідери громадської думки також представлені в соціальних мережах і мають значну кількість передплатників.

В 2012 р. було опубліковане дослідження ОБСЄ “Підготовка до миру: комунікації й розв'язання конфліктів”, в якому серед іншого розглядається потенціал соціальних медіа й інтерактивних онлайн-сервісів у

постконфліктному врегулюванні. У доповіді виділено кілька рівнів конфлікту, вплив на які за допомогою каналів соціальних медіа може бути ефективним при досягненні цілей постконфліктного врегулювання:

- індивідуальний рівень - нові медіа створюють інформаційний простір, у рамках якого їх користувачі здобувають доступ до інформації й новин, а також комунікативним інструментам, що сприяють зміні їх ставлення до предмета конфлікту;

- відносини між локальними співтовариствами - створення Web 2.0 платформ, таких як Rease.Facebook.com, які сприяють установленню відносин між співтовариствами, що перебували в конфлікті один з одним, як ізраїльтяни й палестинці;

- формування інститутів громадянського суспільства - поширення соціальних медіа полегшує координацію колективних дій на рівні громадянського суспільства, що сприяє демократизації й участі різних груп у політичному процесі, сприяючи постконфліктному врегулюванню.

Незважаючи на те, що в останні роки дослідники приділяють увагу в основному конфліктному потенціалу сучасних Інтернет-технологій і соціальних мереж, останні можуть бути використані в якості ефективного інструмента врегулювання конфліктів у ході цифрової публічної дипломатії.

На етапі відкритого протистояння, коли на хід конфлікту суттєво впливають процедурні (суб'єктивні) фактори, соціальні мережі можуть бути використані посередниками як інструмент тиску на сторони конфлікту, при цьому вплив цифрової дипломатії найбільше ефективний, якщо вона дискредитує конфліктуючі сторони й спрямована на закордонну аудиторію, від думки якої залежить образ сторін конфлікту. Однак подібний вплив ефективний лише у відношенні конфліктуючих країн, які або є частиною західного міжнародного співтовариства (що розуміється в термінах Х. Булла [44]), або прагнуть стати його частиною. При цьому посередники, що використовують цифрову дипломатію, також повинні бути частиною

західного міжнародного співтовариства й володіти в ньому достатнім авторитетом.

На етапі постконфліктного врегулювання найбільш значимі процедурні (об'єктивні) фактори. У цій ситуації доцільно направити програми цифрової дипломатії на суспільства конфліктуючих сторін і реалізовувати програми налагодження діалогу й взаємодії на рівні суспільств. При цьому важливо, щоб посередник сприймався як нейтральний і рівновіддалений від сторін конфлікту, ця важлива умова ефективності програм цифрової публічної дипломатії.

Слід зазначити, що використання цифрової дипломатії з метою врегулювання конфлікту не завжди забезпечує його вирішення, однак надає можливості, недоступні для традиційної дипломатії, і, таким чином, потенційно створює умови для зниження рівня насильства в рамках конфлікту й усунення передумов, що його породжують. Розуміння засад ефективності цифрової дипломатії слід у контексті спрямованого використання щодо наданих їй інструментів впливу на конфлікт із метою його врегулювання.

Публічна дипломатія, як правило, асоціюється з поняттям “м'якої сили”, ненасильно, шляхом переконання, що змушує інших бажати того ж, що й ви самі [70, р 5]. За словами відомого дослідника дипломатії Яна Меліссена, публічна дипломатія - це ключовий інструмент “м'якої сили” [65, р. 5]. Така дипломатія є сьогодні пріоритетним напрямком роботи не тільки для неурядових організацій, але й для державних зовнішньополітичних інститутів і професійних дипломатів. Трансформація зовнішньополітичного механізму й дипломатичних структур в окремих країнах Європейського Союзу і в самому ЄС красномовно про це свідчить.

Європейський Союз - поки єдине у світі об'єднання, яке досягнуло настільки високого рівня інтеграції, - звичайно, не є “супердержавою” або федерацією, але як інтеграційне об'єднання претендує на проведення загального зовнішньополітичного курсу. Документи ЄС, що обговорювалися

в Маастрихті, Амстердамі, Кельні, Ніцці, Лісабоні, незмінно підкреслювали необхідність досягнення єдності в питаннях міжнародної політики. Перед Євросоюзом ставилося завдання “говорити одним голосом”, тобто ЄС покликаний виражати єдину думку із міжнародних проблем, відстоювати загальну позицію в міжнародних організаціях і на міжнародних конференціях, вести переговори з державами й міжнародними організаціями з метою укладання міжнародних договорів. Малося на увазі, що країни-члени повинні солідарно виявляти підтримку Спільній зовнішній політиці й політиці безпеки (СЗППБ), координувати свій зовнішньополітичний курс із загальними позиціями ЄС, виступати із загальних позицій на міжнародних форумах і в обов’язковому порядку інформувати не представлені в цих організаціях країни ЄС про хід обговорення, а також питання що цікавлять. Це, безперечно, створювало основу для загальної публічної дипломатії, яка здійснюється від імені Євросоюзу.

Лісабонський договір (2007) остаточно затвердив положення про Європейський Союз як єдину юридичну особу, що володіє правосуб’єктністю на світовій арені і веде переговори з державами й міжнародними організаціями, а також виступає стороною в підписанні міжнародних договорів.

Публічна дипломатія для Євросоюзу стала чи не головною складовою його дипломатичної діяльності. Публічна дипломатія полягає в наданні впливу на позиції громадськості. Вона має на меті просування інтересів ЄС, домагаючись їх розуміння, шляхом інформування. Потрібне ясне пояснення цілей, політики й діяльності ЄС, досягнення розуміння його цілей здійснюється через діалог із громадянами, групами, інститутами й мас-медіа.

Слід мати на увазі, що інтеграція сама по собі є не стільки результатом, скільки незавершеним проектом, який корегується відповідно до змін, що відбуваються на світовій арені. Таким чином, публічна дипломатія ЄС по ряду рис відрізняється від публічної дипломатії зовнішньополітичних відомств країн, що входять до ЄС. Дійсно, історично інтеграційна публічна

дипломатія в основному була націлена на “внутрішню” аудиторію, на формування так званої європейської ідентичності, а ціннісні орієнтири ЄС були звернені до європейців. Отже, у процесі становлення європейських інститутів увага приділялася, насамперед, громадянам країн Європи.

Із часом, особливо в результаті інформаційної революції й можливості доступу будь-якого члена світового співтовариства до офіційної інформації ЄС, розрізняти внутрішній і зовнішній аспекти політики ставало усе складніше. Наочним прикладом щодо цього стала криза суверенних боргів у країнах Єврозони, що виявило вплив на фінансову систему всього ЄС. Не випадково в експертних оцінках усе частіше звучить термін *intermestic*, тобто політика, що поєднує в собі як внутрішні, так і зовнішні аспекти [63]. Це не може не позначитися й на характері публічної дипломатії.

У постбіполярний період провідники публічної дипломатії ЄС, спрямованої на країни, що не входять у Союз, лейтмотивом своєї діяльності зробили пропаганду закономірностей розвитку європейської інтеграції як прикладу для наслідування. У Лісабоні підкреслили необхідність наголошувати на притаманне країнам-членам прагнення до мирного розв'язку конфліктних ситуацій, відзначати досягнутий рівень життя, а також акцентувати увагу на важливості визнання “людської гідності, свободи, демократії, рівності, верховенства закону й поваги до прав людини”. Було необхідно показати, наскільки політика ЄС сприяє поліпшенню життя людей, створенню нових робочих місць і розвитку, який внесок вона вносить у вирішення глобальних проблем миру й безпеки, а також проблем, пов'язаних зі змінами клімату й забезпеченням стійкого росту.

Виділяють 5 пріоритетів в діяльності ЄС, що спирається на загальні цінності публічної дипломатії :

- 1) просування іміджу ЄС як головного партнера в демократичному транзиті, особливо в країнах-сусідах ЄС;
- 2) просування іміджу ЄС як найголовнішого донора в сфері співробітництва й розвитку;

3) просування іміджу ЄС як глобального економічного об'єднання, що знаходить відповіді на виклики кризи й використовує торгівлю як засіб змін;

4) просування прав людини через діалог на вищому рівні з партнерами ЄС і стратегічне співробітництво, що включає лобювання скасування смертної кари;

5) просування іміджу ЄС як варту безпеки, що відповідає на глобальні загрози.

Передбачалося, що більша послідовність, ефективність і наочність у зовнішній діяльності ЄС будуть сприяти підвищенню рівня публічної дипломатії цього інтеграційного об'єднання. Від імені Європейської комісії неодноразово уточнювалося визначення публічної дипломатії Європейського Союзу як інструмента проєкції образу ЄС: “Публічна дипломатія має на меті просування інтересів ЄС шляхом досягнення розуміння, інформування й впливу. Тобто її завдання полягає в роз'ясненні цілей, політики й діяльності ЄС. Розуміння цього досягається шляхом діалогу з кожним громадянином, групою громадян і із засобами масової інформації. Особливе значення при цьому постійно надавалося комплексу норм, правил, законів і зобов'язань, які країна-кандидат покликана інтегрувати у свою правову, економічну й політичну систему (так звані *acquis communautaires*).

У цей час пропагується концепція трансформаційного (*transformation*) характеру публічної дипломатії ЄС із акцентом на просування європейських цінностей. Усе це відрізняє дипломатію ЄС від традиційної дипломатії, провідники якої основним вважали принцип невтручання у внутрішні справи, як це й зазначене в ст. 41 Віденської конвенції про дипломатичні зносини 1961р. У цьому плані можна зробити висновок про зближення європейської дипломатії з дипломатією США, що вперше взяла на озброєння принципи трансформаційної дипломатії.

На думку керівників загальноєвропейської дипломатії, вона повинна носити особливий характер “тихої дипломатії” (*quiet diplomacy*), що має на увазі такий напрямок дипломатичної діяльності, який на відміну від відкритої

дипломатії (open diplomacy) сповідує конфіденційність, не будучи при цьому таємною дипломатією. Тиха дипломатія не звертається до світової суспільної думки з метою натиснути на конфліктуючі сторони, її завдання - створити умови, при яких сторони можуть холоднокрівно оцінити ситуацію, зважити всі “за” і “проти” яких-небудь дій, прислухатися до незалежної і безсторонньої думки. Вважається, що делегації ЄС, мультикультурні по складу - ідеальний інструмент такої дипломатії, здатної запобігати конфліктам і розв'язувати “гордієві вузли” політики [14].

Значним кроком на шляху до вдосконалення інститутів зовнішньополітичної діяльності Співтовариства з'явилося положення Амстердамського договору (1997) про створення нової посади Високого представника з питань вказаної сфери; повноваження й бюджет Високого представника були значно розширені в 2009 р. завдяки суміщенню цього поста з посадою голови Європейської комісії.

Лісабонський договір що ввійшов у силу 1 грудня 2009 р., передбачав також створення Європейської служби зовнішніх дій (ЄСЗД) як свого роду міністерства закордонних справ Європейського Союзу в його відносинах з навколишнім світом. Службу очолює Високий представник Європейського Союзу по зовнішній політиці й політиці безпеки. У Службі немає спеціального департаменту з публічної дипломатії, але діяльність на цьому напрямку координується підрозділом “Інструменти зовнішньої політики”. Рішення про створення підрозділу було прийнято Комісією в 2010 р. Публічна дипломатія ставиться в обов'язок цього підрозділу, який за допомогою аудіовізуальних засобів, інтернет-сайтів, друкованої продукції, а також шляхом інших засобів комунікації й інформаційних ініціатив її здійснює. До сфери компетенцій Високого представника відноситься також діяльність місій зі спостереження за виборами як Європейського інструмента за демократію й права людини. Публічною дипломатією займається й підрозділ Стратегічної комунікації.

Певну роль у публічній дипломатії відіграють дванадцять Спеціальних представників ЄС, що діють у кризових регіонах. Правда, вони призначаються Комітетом із проблем політики й безпеки й не є співробітниками ЄСЗД.

До Лісабона публічна дипломатія ЄС носила досить фрагментарний характер. В основному зовнішня політика й політика безпеки були зосереджені в рамках другого “опорного стовпа”. Її провідниками були, насамперед, секретаріат Ради в особі Високого представника, його співробітників і Генеральної дирекції по комунікації, інформаційній політиці й протоколу. Зовнішньою політикою займалася також Комісія, причому явно недостатньою була координація дій між апаратом Високого представника й Комісією.

Змістом публічної дипломатії, здійснюваною Комісією, ставала переважно інформаційно-роз'яснювальна робота, націлена на громадян як ЄС, так і всього світу. Із цією метою ще в 1960-х роках була створена мережа Інформаційних центрів ЄС, що діяли відповідно до інструкцій, одержуваних від Генеральної дирекції по зовнішніх зв'язках. Було засновано понад 500 таких центрів у різних країнах світу, причому в країні-стратегічному партнері ЄС таких центрів могло бути кілька. Публічну дипломатію координував Інформаційний комітет. Він збирався раз на місяць, у його роботі брали участь представники генеральних дирекцій розвитку, торгівлі, допомоги, гуманітарної допомоги, розширення ЄС, преси, економіки й фінансів. Важливою складовою Інформаційного комітету було спостереження за тим, щоб у рамках публічної дипломатії проводилася політика Комісії як над-національного інституту. Складності виникали при узгодженні дій Комісії, Ради і Європейського парламенту. Ще однією перешкодою на шляху розвитку публічної дипломатії ставали ресурси, якими володіла Комісія. Комісари наголошували на політиці усередині Союзу, у той час як Загальна зовнішня політика й політика безпеки одержували досить обмежене фінансування. Враховуючи, що в ЄС кожна держава має право на

самостійну зовнішню політику й дипломатію, у прийнятті спільних рішень виникає відома напруженість. Європейські зовнішньополітичні актори (міністри закордонних справ, дипломати) відіграють двоїсту роль, будучи, з одного боку, національними акторами, а з іншого - діючи в якості провідників Загальної зовнішньої політики й політики безпеки.

Прагнучи зберегти національні пріоритети зовнішньої політики, члени ЄС намагалися заручатися підтримкою в головуванні ЄС або безпосередньо звернутися за такою підтримкою до Високого представника. Часом подібне положення породжувало додаткові проблеми. Експерти журилися із приводу відсутності стратегічного бачення в пріоритетах зовнішньополітичного курсу ЄС, до яких відносяться боротьба з тероризмом, непоширення зброї масового знищення, проблеми сталого розвитку. Складність полягала й у тому, що провідники публічної дипломатії Євросоюзу в діалозі із третіми країнами наголошували на цінності ЄС і його нормативних принципах. Як наслідок, у відносинах ЄС із більшістю країн Азії в трактуваннях цінностей і принципів ставали перешкодою на шляху прагнення багатьох країн- членів ЄС до розвитку співробітництва, зокрема до забезпечення поставок енергетичної сировини із цих регіонів.

Розглянемо досвід західноєвропейської цифрової дипломатії на прикладі держав Бенілюксу.

Центральна роль у здійсненні цифрової дипломатії держав Бенілюксу належить інформаційному ресурсу та контролю над інформаційними потоками. Перший рівень цифрової дипломатії – це щоденне спрямоване висвітлення зовнішньополітичних акцій Бельгії, Нідерландів та Люксембургу. Другий – “стратегічне спілкування”, під яким мається на увазі сфокусоване обговорення найбільш важливих для країн регіону політичних тем. Третій – розвиток прямих контактів з іноземною аудиторією за допомогою системи обмінів, програм наукових стипендій, які дозволяють іноземним громадянам особисто ознайомлюватися з державами Бенілюксу.

Досвід реалізації цифрової дипломатії зазначених країн свідчить про

те, що можливим є проведення порівняно короткострокових національних брендингових програм, покликаних вирішувати поточні економічні, політичні, соціальні завдання. Нідерланди та Бельгія, чий позитивний образ створюють якісні економічні бренди, продовжує активно формувати сприятливий імідж [22-24].

Бельгія

Багатосторонність на думку дипломатів Бельгії – це інструмент, про який слід судити за його впливом на вирішення глобальних проблем. Щоб бути ефективною, вона повинна приводити до результатів. Обґрунтувати її можуть тільки дії.

Упродовж тривалого часу Бельгія виконувала обов'язки Голови в ООН за безпеку та співробітництва в Європі (НБСЄ), регіональної організації відповідно до глави VIII Статуту ООН. Принципи й цінності, які сповідувалися тоді бельгійською публічною дипломатією: заохочення прав людини, демократизація, захист меншостей, запобігання конфліктів, управління кризами та захист навколишнього середовища, у тому числі діалог між цивілізаціями, боротьба з поширенням зброї й моніторинг виборів [23].

Одне із завдань бельгійського головування полягало в зміцненні балансу між вимірами ОБСЄ: політичним і військовим, економічним і гуманітарним компонентами. Бельгійські дипломати намагалися, де можливо, домогтися у цих галузях взаємодоповнюваності дій з Організацією Об'єднаних Націй з таких питань, як проблеми країн, що не мають виходу до моря, боротьба з організованою злочинністю та подолання тероризму. Під час свого головування Бельгія активно працювала над внесенням вкладу у вирішення так званих заморожених конфліктів. Але такі рішення будуть можливими тільки в тому випадку, якщо можна розраховувати на реальне прагнення всіх країн просунути вперед [23].

Нідерланди

Одні з головних пріоритетів культурної дипломатії Нідерландів – це боротьба з бідністю в усьому світі та сприяння стійкому розвитку. Сформульовані в Декларації тисячоліття цілі в галузі розвитку повинні бути досягнуті. Необхідні термінові дії. І держави, що розвиваються, і розвинені країни повинні прийняти низку заходів, включаючи забезпечення якісного управління, розширення можливостей торгівлі, особливо для країн з новими ринками і збільшення обсягу офіційної допомоги з метою розвитку, стосовно яких була досягнута домовленість на Монтеррейській конференції з фінансування розвитку.

Невід'ємною частиною глобальної кампанії Нідерландів з подолання бідності в світі є боротьба з ВІЛ/СНІДом. Епідемія вказаної хвороби, будучи однією із самих згубних епідемій в історії людства, зумовила те, що СНІД став у буквальному значенні хворобою масового знищення,

Нідерланди також вважають, що поширення зброї та засобів її доставки є сьогодні однією з найбільш серйозних загроз міжнародному миру й безпеці. Міжнародне співтовариство має ефективно вирішити цю проблему.

З цієї причини Нідерланди твердо прихильні здійсненню й зміцненню багатосторонніх договорів та угод у галузі роззброєння та нерозповсюдження. Система багатосторонніх договорів забезпечує правову й нормативну основу для всіх зусиль з нерозповсюдження.

На думку керівництва Нідерландів, режими міжнародних договорів і механізмів контролю за експортом створені для запобігання поширенню зброї масового знищення й систем їхньої доставки. Однак ці механізми не змогли повністю зупинити процес поширення. Необхідні додаткові заходи, зокрема заходи щодо боротьби з погрозою потрапляння такої зброї та систем їхньої доставки в руки терористичних організацій [24].

Люксембург

Надзвичайну гуманітарну допомогу керівництво Великого герцогства Люксембург розуміє як цільову адресну безоплатну допомогу в грошовій або натуральній формі, зокрема у вигляді безповоротної фінансової допомоги,

яка надається міжнародним співтовариством країнам, які потребують невідкладного сприяння у силу надзвичайних кризових умов (військово-політичних, економічних, соціальних, демографічних, природних тощо).

Відновлення та реконструкція на перехідному етапі розглядається дипломатами Люксембургу як логічні трансформаційні процеси в економіках країн, що розвиваються. У зв'язку з тим, що наразі світова економіка вступила у складний період фінансової кризи, вказані держави потребують відновлення, тобто повернення економічних показників до позитивного тренду. В подальшому ж цим країнам буде потрібна реконструкція власних систем господарювання, яка може бути проведена шляхом рішучих реформ. Вказане, на думку Люксембурга, стосується і України [22].

Профілактика у міжнародній економіці – це насамперед своєчасні капіталовкладення з метою призупинення кризових явищ та недопущення ще більших фінансових втрат у майбутньому.

Ґрунтуючись на висновку Організації Об'єднаних Націй, відповідно до якого один євро, вкладений у профілактику, може заощадити вісім євро, витрачених на реагування на кризу та її врегулювання. Люксембург постійно зобов'язується виділяти майже 5 відсотків свого гуманітарного бюджету на профілактичний, превентивний підхід. Люксембург вважає, що це кардинально важливий принцип, яким Організація Об'єднаних Націй і держави-члени повинні керуватися з метою забезпечення загальної злагодженості дій при вирішенні основних проблем сучасності.

2.3. Досвід країн пострадянського простору: Естонія

Говорячи про європейський досвід використання інформаційних технологій у ході ухвалення державно-управлінських рішень доцільно розглянути, зокрема, досвід Естонії.

На даний час успіхи електронної демократії в Естонії незаперечні:

– 71% населення Естонії у віці від 16 до 74 років є активними

користувачами Інтернету;

- 71% родин має персональний комп'ютер вдома;

- усі естонські школи підключені до Інтернету;

- по всій Естонії розташовані понад 1100 громадських Інтернет-пунктів;

- крім звичайних громадських Інтернет-пунктів по всій території Естонії розташовані близько 1000 високотехнологічних зон бездротового доступу до Інтернету (www.wifi.ee). Ця мережа постійно росте й у багатьох місцях доступ до Інтернету є безкоштовним;

- щоденні зміни стану держбюджету можна спостерігати в реальному часі;

- дохід можна декларувати в електронному виді за допомогою Інтернету. Понад 90% декларацій про доходи щороку презентується через електронний Податковий і митний департамент;

- 98% жителів Естонії у віці від 15 до 74 років здійснюють щоденні платежі за допомогою Інтернету;

- уся Естонія покрита мережею мобільного зв'язку [20].

У столиці Естонії Таллінні, наприклад, у базі даних електронних публічних послуг понад 500 найменувань. Понад 300 надаються фізичним особам, близько 200 – юридичним. Можна подавати електронні заяви в усі департаменти й районні управи, у міську канцелярію. Серед самих нових послуг – можливість подавати через Інтернет заяви в мерію про компенсацію земельного податку, про деякі будівельні роботи тощо.

Багато експертів, що вивчають досвід Естонії, звертають особливу увагу на електронне голосування. Система спирається на естонську ідентифікаційну карту. Це обов'язковий державний документ, що засвідчує особистість. У нього вбудований електронний чип. Ця карта сьогодні є більш ніж у 80% жителів цієї країни. Вона може використовуватися для електронного підпису й навіть у якості квитка на громадському транспорті. З 2005 року вона дає можливість брати участь у виборах за допомогою

Інтернету в будь-якому куточку світу. Що стосується самої Естонії, то можливість увійти в Інтернет тут тотальна. Навіть у кафе, барах і торгових центрах, не говорячи про готелі, – бездротовий доступ до мережі (Wi-Fi).

Електронне урядування в Естонії є складовою програми “І2010 – європейське інформаційне суспільство для зростання і зайнятості”, яка створює рамкові умови для всіх країн-членів ЄС з подальшої розбудови системи електронного функціонування органів влади. Національна стратегія розвитку електронного уряду та електронної демократії в Естонії передбачає досягнення 6 головних цілей:

- орієнтація на кінцевого споживача – громадянина, підприємство та установу (доступ для всіх потенційних користувачів, сприяння прийняттю адміністративних рішень через Інтернет, навчання та перекваліфікація управлінського персоналу для забезпечення функціонування мережі електронного управління);

- економічність та ефективність (інформаційні технології для електронного урядування мають бути цифровими, всеохоплюючими та орієнтованими на користувача, функціонування системи електронного уряду забезпечуватиметься коштами уряду і місцевих органів влади);

- транспарентність, захист і безпека інформаційних баз даних;

- співучасть суспільства (забезпечення підтримки та впливу на функціонування системи електронного урядування з боку громадян і бізнесу);

- спрямованість у майбутнє та довготерміновість;

- ефективність системи програмного забезпечення (розробка надійного ПЗ, здатного функціонувати у кризових ситуаціях, побудованого на міжнародних стандартах із урахуванням принципів багатократного користування та взаємоузгодженості) [19, с. 40].

Урядова програма зі створення в Естонії електронної демократії, на реалізацію якої упродовж останніх 3 років було виділено €50 млн., передбачає 4 головних напрями:

1) створення національної оцифрованої бібліотеки, запровадження он-лайн реєстрації автомобілів, формування спеціалізованого порталу національного агентства праці, розширення порталу тендерного відомства, забезпечення сервісних послуг зі страхування пенсіонерів;

2) прискорення (на 15-30%) обробки в режимі он-лайн запитів громадян урядовими установами, проведення сертифікації захисту інформаційних технологій за європейським стандартом ISO 27001;

3) введення системи електронних посвідчень громадян, впровадження криптографічної моделі захисту комунікацій між громадянами, бізнесом та адміністративними органами управління;

4) розбудова захищеного Інтернет-простору для функціонування системи електронного урядування, підвищення довіри громадян до інформаційних технологій спілкування в режимі он-лайн.

Система “електронного уряду” в Естонії складається з “електронної адміністрації” (оптимізація адміністративних процедур), “електронної демократії” (можливість голосування під час виборів через Інтернет) та “електронного права” (провадження судових процесів шляхом електронної комунікації). Крім того, вжито заходів, спрямованих на розвиток відповідної інформаційно-комунікаційної інфраструктури, зокрема через окремо розроблену мережу між органами державної влади забезпечується надійний і безпечний обмін інформацією.

Принцип “все на одному місці” є основою програми “електронної Естонії”, відповідно до якого органи державної влади мають надавати фізичним та юридичним особам необхідні відомості виключно шляхом електронного зв'язку без необхідності безпосереднього відвідання установи. Серед найважливіших електронних послуг для громадян: заповнення податкових декларацій, сприяння у працевлаштуванні, видача та продовження терміну дії документів, реєстрація транспортного засобу, отримання дозволів на будівництво, доступ до даних з державних реєстрів, реєстрація за місцем проживання, а також вища освіта й громадські

бібліотеки; для підприємців: реєстрація компаній, використання даних Центрального статистичного бюро, митна декларація, соціальне страхування працівників, надання звітності щодо ПДВ, отримання інформації про державні закупівлі та тендери [19, с. 41-42].

Майже 90% сервісів електронного уряду в Естонії націлені на розвиток бізнесу в країні. Естонці прийняли правильне рішення: коли бізнес використовує доступні йому інструменти, економіка починає рухатися вперед, тому що бізнесу легше формувати послуги, що надаються громадянам у межах електронного уряду.

Так, зареєструвати компанію онлайн в Естонії можна всього за 18 хвилин, включаючи одержання по мережі ліцензій і сертифікатів. Тобто система електронного уряду скорочує до мінімуму час на спілкування юридичної особи із представниками контролюючих органів, що реєструють підприємство.

Для забезпечення безпеки даних на єдиному порталі електронного уряду Естонії застосовується принцип: кожний може сам контролювати статистику переглядів своїх даних. У випадку виявлення користувачем незаконного перегляду його даних співробітниками держапарату, житель Естонії може оскаржити такі дії чиновників. Законодавством передбачені заходи покарання за подібні діяння: штрафи, зниження на посаді або навіть порушення кримінальної справи. Крім того, єдиний портал електронного уряду розділений на “послуги” і “вхід”, окремо – для громадян, чиновників і бізнесу, при цьому особа, що не пройшла авторизацію, у дану вкладку не ввійде.

Подальше вдосконалення “е-уряду” Естонії покладено на комісію з питань координації інформатизації громадського сектора, яка створена при міністерстві з питань управління. Особливого значення надається сумісності систем електронного урядування з чинними в Єврозоні.

Естонія також передає свій досвід електронної держави іншим країнам. На цей момент Академією електронного управління (www.ega.ee) з метою

допомоги в побудові відкритих інформаційних суспільств були організовані програми навчання для більш ніж 400 учасників з 19 країн, серед яких: Вірменія, Болгарія, Казахстан, Киргизія, Молдова, Монголія, Таджикистан, Румунія, Шрі-Ланка, Азербайджан, Грузія, Македонія, Албанія, Сербія й Чорногорія, Боснія та Герцеговина, Хорватія [20].

Успіх естонського досвіду в оптимальному підході до впровадження електронного уряду:

- не писати величезних системних проєктів, а реалізувати їх на практиці;

- не забирати в державних міністерств і відомств підзвітні їм завдання з метою передачі їх одному міністерству, а створити цілісну систему сторонньої агрегації у вигляді Академії електронного управління Естонії, де працюють експерти, а не чиновники;

- частину проєктів віддати для реалізації бізнесу, з можливістю комерціалізації деяких з них і одержанням відсотка із транзакцій;

- на законодавчому рівні дозволити здійснення мікроплатежів з мобільного рахунку абонента мобільних операторів, що стимулюють участь.

Звичайно, що існують значні перспективи співробітництва України та Естонії у науково-технічній сфері у контексті перейняття нашою державою передового естонського досвіду формування електронної демократії та системи електронного уряду.

Зокрема, це може здійснюватися у рамках низки двосторонніх наукових проєктів. Так, Національний технічний університет України “Київський політехнічний інститут” (НТУУ “КПІ”) і Талліннський університет технологій домовились про спільну участь у міжнародному проєкті “Baltic Grid” з об’єднання суперкомп’ютерних ресурсів європейських країн та надання доступу естонським вченим через Grid-інфраструктуру та Українське відділення Світового центру даних, що діє на базі НТУУ “КПІ”, до світових та національних даних з таких напрямів як фізика твердих тіл; сонячно-земна фізика; океанографія; економічна географія; енергетична

безпека; а також технології інформаційного суспільства. Досягнуто також домовленості про налагодження співпраці щодо реалізації на базі Центру суперкомп'ютерних обчислень НТУУ “КПІ” актуальних для України та Естонської Республіки завдань у науково-технічній, економічній, соціальній та інших сферах, пов'язаних з обробкою даних великого обсягу.

Отже, у середині 1990-х років Естонія вирішила не розвивати сервісні центри (на зразок українських центрів надання адміністративних послуг), а одразу сконцентрувались на впровадженні е-урядування. Але слід враховувати, що Естонія - невелика за розміром країна, з уже на той час добре розвиненою ІТ-інфраструктурою. Тодішнє керівництво держави вважало, що за технологіями майбутнє, і виявились абсолютно правими. Адже сьогодні Естонія - еталон електронного урядування та сервісів. Окрім того, через Академію е-урядування Естонія поширює свій досвід та допомагає впроваджувати онлайн урядування по всьому світі.

У відповідях на інтерв'ю з проблематики естонського досвіду електронного урядування, містяться такі ключові дані щодо ситуації в цій балтійській країні в сфері е-уряду:

У середині 1990-х років в Естонії налічувалось 248 територіальних одиниць (для України ця цифра, звичайно, невелика). Важливо також розуміти, що більшість з цих територіальних одиниць налічували менше 2000 населення. Зрозуміло, у них не було ресурсів, щоби розвивати ІТ-інфраструктуру та впроваджувати е-урядування. У той час їм доводилось переходити від радянського способу управління до нового, був відчутний брак кадрів. Тож більшість ОМС взагалі не переймались е-урядуванням.

Водночас 5-6 найбільших міст, особливо Таллінн та Тарту, інвестували у розвиток ІКТ. Крім того, уряд країни вирішив розробляти централізовані системи, даючи органам місцевого самоврядування можливість їх використовувати. Застосовувати чи не застосовувати ці системи, ОМС вирішували самостійно, оскільки є незалежними, але вони отримали

можливість використовувати сучасні ІТ-технології й скористалися цією нагодою.

На сьогодні великі міста Естонії мають добре розвинену ІТ-інфраструктуру та розвивають е-урядування. Наприклад, новостворена програма “Вулик” була розроблена спеціально для того, або допомагати сервісним центрам в невеликих за розміром новостворених громадах, де бракує і інфраструктури, і ресурсів, і розуміння, що робити.

ІТ-системи та рішення, розроблені на центральному рівні, мали величезне значення. Паралельно із цим відбувалося оновлення законодавства, причому більшість законопроектів було розроблено самими айтішниками. Спочатку розроблялась якась система, а потім під неї вносили зміни в законодавство, а не навпаки. У тих випадках, де регуляторні зміни потрібно було приймати перед розробкою/запровадженням нової системи, законопроекти були максимально узагальненими, щоб також дозволяти міністерствам або уповноваженим агенціям бути максимально гнучкими.

Великі міста та активні громади Естонії завжди були на рівні з центральною владою. Але малі громади, які 90% бюджету отримували від держави, не мали своїх доходів. Будучи активними в політичному житті(саме тому їм вдавалось так довго протриматись у владі), вони абсолютно нічого не робили в сфері е-урядування. Найчастіше, ОМС виступають посередниками, надаючи державні послуги. Так, деякі великі міста та активні громади можуть мати якісний портфель послуг, але все-таки головним постачальником послуг є держава/уряд.

Позитивними прикладами естонського досвіду є сплата податків і публічно-приватне партнерство. При цьому внаслідок коронавірусної пандемії, в Естонії надання послуг не переривалось і не постраждало, оскільки давно не потрібно нікуди йти, щоби отримати необхідні послуги/сервіси.

Висновок до розділу 2

Отже, розглянувши практичні аспекти застосування технологій електронного урядування в державах, ми з'ясували таке:

– Мета публічної дипломатії ЄС - підсилити поінформованість про зовнішньополітичні цілі Євросоюзу й позитивно вплинути на сприйняття Європейського Союзу як активного й ефективного актора глобального рівня. Делегації й офіси ЄС, Генеральні директорати із зовнішнім мандатом, Інструмент партнерства як актори публічної дипломатії доносять до зовнішньої аудиторії, що ЄС - це бренд достатку, який пропагує такі універсальні цінності, як демократія, мир, стабільність і процвітання. Для поліпшення розуміння й зв'язки громадян з Європейським Союзом в 2014 р. була створена організація Brand EU Centre, мета діяльності якої - сформувати нове бачення й запустити ребрендинг ЄС.

– У країнах ЄС діалог між державою й громадянським суспільством є взаємодією на основі двосторонньої (багатосторонньої) комунікації з метою знаходження взаєморозуміння між владою й соціумом, пошуку й виявлення спільних інтересів, транспарентного визначення соціальних позицій, узгодження намірів, вирішення конфліктних ситуацій, координації обопільних дій, коректування ситуації, що склалася, й вироблення шляхом інституціоналізованого публічного дискурсу взаємоприйнятих правових, політичних і управлінських рішень, заходів на найближчу й/або середньострокову або довгострокову історичну перспективу. Такий діалог можна визначити як громадський діалог, що має, одночасно із цим, політичну й соціальну (у широкому змісті) спрямованість.

– Система “електронного уряду” в Естонії складається з “електронної адміністрації” (оптимізація адміністративних процедур), “електронної демократії” (можливість голосування під час виборів через Інтернет) та “електронного права” (провадження судових процесів шляхом електронної комунікації). Крім того, вжито заходів, спрямованих на розвиток відповідної

інформаційно-комунікаційної інфраструктури, зокрема через окремо розроблену мережу між органами державної влади забезпечується надійний і безпечний обмін інформацією.

РОЗДІЛ 3. МОЖЛИВОСТІ УДОСКОНАЛЕННЯ ЦИФРОВОЇ ДИПЛОМАТІЇ УКРАЇНИ ІЗ ВИКОРИСТАННЯМ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ДОСВІДУ

3.1. Проблемні аспекти цифрової дипломатії в Україні

Відповідно до Стратегії публічної дипломатії МЗС України на 2021-2025 роки, основними напрямками публічної дипломатії є культурна, економічна, експертна, кулінарна, науково-освітня, спортивна і цифрова дипломатії. Реалізація стратегії вимагає збалансованого підходу до планування та реалізації проєктів та заходів у сфері публічної дипломатії, який не ґрунтується лише на культурно-гуманітарній співпраці та розвитку міжкультурних зв'язків з іншими країнами.

Інструменти культурної та експертної дипломатії, серед іншого, використовують для просування теми протидії російській агресії (зокрема питань деокупації, порушення прав людини, дезінформації тощо) для політиків, держслужбовців, експертів і науковців іноземних країн, у рамках міжнародних організацій тощо [33, с. 8].

Проблемні чинники цифрової дипломатії в Україні безпосередньо пов'язані з особливостями реалізації публічної дипломатії в умовах конфлікту й кризових явищ (оскільки наша держава наразі знаходиться в умовах гібридної агресії з боку Росії).

У сучасні конфлікти, як підкреслюється майже всіма авторами, залучається безліч учасників і посередників, як внутрішніх, так і зовнішніх. У результаті врегулювання конфлікту значно ускладнюється, оскільки практично неможливо прорахувати, по-перше, які дії почне кожний з них, по-друге, які наслідки дані дії викличуть. У цій ситуації звичайно здійснюється комплексний вплив на різних учасників, у тому числі із залученням публічної дипломатії.

Держави, а також міжнародні організації залучають неурядові організації (НУО) й бізнес для запобігання й урегулювання збройних конфліктів, а також для відновлення відносин між представниками сторін конфлікту, тому що сама складність, багатоплановість сучасних конфліктів (участь у внутрішніх конфліктах різних бойових груп, залучення етнічного, релігійного факторів тощо) вимагає й відповідного впливу на них. Зокрема, неурядові організації з їхньою різноманітністю (звичайно врегулюванням конфлікту одночасно займаються багато неурядових організацій з різною орієнтацією й спрямованістю) тут вкрай корисні, оскільки впливають на різні групи населення.

Вплив держави на закордонне суспільство в умовах конфлікту й кризи може бути двояким. У першому випадку цей вплив здійснюється в рамках протистояння. Велика кількість робіт у цій сфері існує по інформаційних війнах, “кольорових революціях” тощо. І хоча таке протистояння нерідко визначається як “м'яка сила” або публічна дипломатія, по своїй суті воно таким не є, але в ряді випадків подібний вплив може бути ефективним.

Нова публічна дипломатія заснована на концепції “м'якої сили”, що розуміється не просто як відсутність воєнних дій, а саме як формування привабливості. Тому інформаційні війни та інші протистояння виходять за рамки публічної дипломатії. Втім, грань тут досить умовна. Так, військова сила, домінування над супротивником можуть бути привабливі і їх демонстрація може використовуватися публічною дипломатією. Проте власне публічна дипломатія в умовах конфлікту не пов'язана із протистоянням сторін і являє собою інший тип впливу на суспільство в умовах конфлікту.

В умовах конфлікту особливу роль здобуває дипломатія відносно нейтральної, тобто третьої, сторони. Сьогодні такою стороною часто виступає держава, група держав, неурядові організації, бізнес-структури. Діють вони нерідко в конфлікті одночасно. У зв'язку із цим гостро постає проблема взаємин офіційної дипломатії із громадськістю й бізнес-

структурами, а в більш широкому плані - взагалі проблема узгодження дій акторів, що брали участь у процесі врегулювання конфлікту. В ідеалі кожний учасник, залучений в урегулювання конфлікту, повинен займатися своєю справою при загальній погодженості дій. Саме це має на увазі багатоскладна дипломатія при врегулюванні конфліктів. Так, для НУО характерні наступні функції в конфлікті: реабілітаційна (налагодження відносин після закінчення збройної стадії конфлікту); превентивна, що припускає раннє попередження конфлікту; моніторинг дотримання прав людини; діяльність, спрямована на розв'язання конфлікту й примирення конфліктуючих сторін [39].

Реалізація цих функцій НУО забезпечується тим, що в неурядових організаціях звичайно встановлюються досить гарні й великі зв'язки серед різних верств населення. На рівні масової свідомості вони часто розглядаються як найбільш незалежні. Неурядові організації мають, як правило, досить великою інформацією з місць. Крім того, представники НУО можуть діяти у віддалених сферах, працюючи безпосередньо з населенням у зоні конфлікту, куди доступ офіційним чином не завжди відкритий. Нарешті, у сучасних конфліктах, здебільшого внутрішніх, представники офіційних структур не завжди можуть установити контакти з лідерами протиборчих сторін. Це часом краще вдається робити представникам НУО [18].

Бізнес-структури в умовах конфлікту можуть забезпечувати фінансування діяльності НУО, а також сприяти реалізації спільних бізнес-проектів представниками конфліктуючих сторін. Наприклад, такі проекти були на Близькому Сході. У них брали участь як палестинці, так і ізраїльтяни.

Відсутність узгодження й координації дій між акторами, які намагаються врегулювати конфлікт, приводить до його посилення й навіть появи нових конфліктів. Щодо цього показовий приклад, що під час конфлікту в Руанді в середині 1990-х років у сусідніх селах гуманітарна допомога розподілялася двома різними НУО. В одному селі НУО видавала допомогу всім нужденним, а в сусідній інша неурядова організація - тільки

тим, хто брав участь у проекті, орієнтованому на зниження напруженості. У підсумку через отриману гуманітарну допомогу виник конфлікт між жителями цих двох сіл [68].

Недержавні структури, через які нерідко здійснюється публічна дипломатія, мають і інші обмеження, не тільки пов'язані з автономністю поведінки й погодженістю дій. Так, неурядові організації, працюючи з населенням, часто не бачать цілісної картини конфлікту [68], у результаті їх дії виявляються однобічними. Є чимало питань і до кваліфікації представників НУО. В одних випадках це дійсно високопрофесійні фахівці, в інших - волонтери, що не мають необхідних навичок і знань.

Ще один аспект, важливий для публічної дипломатії саме в ситуації конфлікту. Публічна дипломатія має інструменти, орієнтовані як на довгострокові, так і на короткострокові цілі. До короткострокових інструментів у значній мірі відносяться ЗМІ. “За тривалістю впливу цей інструмент явно поступається культурно-освітнім програмам і науково-політичному дискурсу, однак успішний для досягнення швидких результатів” [26, с. 96]. Освітні ж програми, навпаки, спрямовані на реалізацію довгострокових цілей при реалізації “м'якої сили” [25] і відповідно до публічної дипломатії.

У збройному конфлікті на перший план, насамперед, виступають короткострокові цілі, причому в рамках публічної дипломатії вони можуть бути різними: спрямованими на те, щоб припинити збройне протистояння й урегулювати конфлікт, або орієнтованими на підтримку однієї зі сторін конфлікту. В останньому випадку особливо інтенсивно використовуються ЗМІ. У результаті розгортаються мас-медійні або інформаційні війни, широко описані в літературі. Завдання цих війн у тому, щоб витиснути з інформаційного поля інших учасників [7]. В умовах транскордонності, поширення Інтернету й соціальних мереж сьогодні такі дії спостерігаються все частіше. У результаті засоби публічної дипломатії супроводжуються, а іноді підмінюються засобами інформаційних війн.

У той же час велике значення в умовах конфлікту надається й освітнім програмам з метою його врегулювання. Можна навести приклад активізації просвітницької діяльності США в Боснії усередині 1990-х років, яка була охоплена американськими програмами громадського навчання. На перший погляд така поведінка представляється суперечливою теза про те, що освіта орієнтована на довгострокові цілі, а в умовах конфлікту необхідно, насамперед, постаратися знизити рівень протистояння або, в інших випадках, підтримати одну зі сторін, тобто реалізувати короткострокові завдання. Однак це не зовсім так. По-перше, освітні програми можуть не тільки виконувати довгострокові функції по формуванню певних цінностей, установок, а також створенню політичної еліти, але мати й короткостроковий демонстраційний ефект, що символізує допомогу держави, що надає такі програми.

По-друге, якщо говорити про розв'язання конфліктів, відновлення відносин протилежних сторін, то тут саме потрібні довгострокові цілі. Це було добре показано в дослідженнях ряду авторів ще в 70-і роки минулого сторіччя на прикладі спеціально організованих семінарів представників конфліктуючих сторін. Мета цих семінарів полягала в тому, щоб виявити викривлення в сприйнятті ситуації кожного з учасників конфлікту, зробити його більш адекватним і намагатися знайти рішення щодо виходу з конфлікту. В якості організаторів семінарів виступили представники академічних кіл. Як писали пізніше Г. Келман і С. Коен, цей підхід унікальний, оскільки він здатний викликати зміни на політичному рівні через зміни в індивідуальних сприйняттях і відносинах [58]. Неофіційні робочі зустрічі-семінари між представниками конфліктуючих сторін одержали досить широке поширення і є важливим інструментом впливу на конфлікти з метою їх мирного вирішення.

Для України цифрова публічна дипломатія є важливою як інструмент постконфліктного врегулювання. На етапі постконфліктного врегулювання особливо значимий вплив на об'єктивні процедурні фактори, які формують

основу для довгострокової кооперативної взаємодії між учасниками протистояння. До числа процедурних дослідники відносять такі об'єктивні фактори, як структура суспільства, рівень економічного розвитку тощо [18, с.212].

Використання соціальних мереж, у тому розумінні, про який стверджують Д. Кован і А. Арснольт, тобто з метою реалізації проектів співробітництва між конфлікуючими сторонами [48], створює можливості впливу на процедурні фактори конфлікту й може бути використаний на етапі миробудівництва, створюючи, разом з іншим, і можливості з реабілітації співтовариств, на значимість чого вказує Й.Зв'ягельська [11, с. 53].

На думку американського соціолога М. Кастельса, широке розповсюдження соціальних мереж і нових медіа та їх використання державами слід розглядати як джерело нових можливостей для розвитку й вирішення конфліктогенних ситуацій. Глобальні інформаційні мережі й соціальні медіа пропонують можливості для формування громадянського суспільства й створюють майданчик для дискусій. Публічна дипломатія в такому контексті розглядається не як дипломатія держави, але й як народна дипломатія, що діє “поверх” міждержавних відносин і конфліктів, засновуючись на спільних інтересах [45].

Дійсно, обговорення проблем постконфліктного врегулювання на рівні рядових користувачів Інтернету й мобільних телефонів може сприяти зміцненню безпеки завдяки формуванню атмосфери довіри в міжнародних відносинах. У цьому контексті програми цифрової дипломатії сприяють формуванню єдиного інформаційного простору, громадянського суспільства й вирішення криз.

Таким чином, цифрова дипломатія як інструмент врегулювання відкритих збройних конфліктів може застосовуватися і як інструмент дискредитації сторін конфлікту в очах світової суспільної думки, Але вона ефективна лише щодо держав, які вже є частиною Західного міжнародного співтовариства, що розуміється в термінах Х. Булла або прагнучих увійти в

нього. У цьому випадку цифрова дипломатія міняє інформаційне тло конфлікту, спонукуючи його учасників змінити політичний курс із односторонніх на кооперативні дії. Разом з тим, міжнародна увага аж ніяк не завжди здатна впливати на ситуацію в регіоні конфлікту, змінити її до кращого.

3.2. Можливості використання європейського досвіду

Із набранням чинності Лісабонським договором публічна дипломатія не була більше прерогативою Ради або Комісії. З появою постійного президента ЄС і знаходженням ЄС юридичної особи національні інтереси країни-голови, які динамічно мінялися кожні півроку, не висувалися більш на перший план і тому виникали надії на більш послідовний зовнішньополітичний курс ЄС.

У цьому контексті заснована Лісабоном Європейська служба зовнішніх дій стала вагомою зовнішньополітичною структурою ЄС, що здійснює публічну дипломатію. Офіційно відповідальним за публічну дипломатію є Високий представник із зовнішньої політики й політики безпеки ЄС, що очолює ЄСЗД. У рамках ЄСЗД було вирішено заснувати спеціальний Департамент за інформацією й публічної дипломатії. Підкреслювалося, що ЄСЗД покликана у першу чергу забезпечити професійну, сильну й змістовну діяльність засобів цілодобової масової інформації як сполучної ланки у взаємодії зі стейкхолдерами й суспільною думкою. Службі слід налагодити діалог із громадянським суспільством, неурядовими організаціями, іншими недержавними акторами. На початку 2010-х років ЄСЗД, завершивши процес становлення, стала активно діяти. Усього лише за 2011 р. Високим представником і самою Службою було зроблено 593 заяви за багатьма питаннями зовнішньої політики й дипломатії [62, р. 120].

Публічна дипломатія стала також одним із напрямків створеного у рамках ЄСЗД у 2010 році підрозділу “Інструменти зовнішньої політики”. Цей

підрозділ перебуває у відомості Високого представника, Комісія відповідає за фінансову сторону питання. За місії спостерігачів за виборами відповідає Європейський інструмент боротьби за демократію й права людини. Публічною дипломатією займаються також 12 спеціальних представників ЄС, причому окремі з них проживають у країнах свого походження, інші перебувають у Брюсселі. Їхнє завдання полягає у зв'язках із країнами-членами, і діють вони в рамках Комітету з політичних проблем і проблем безпеки. Подібна фрагментація, на думку аналітиків, не сприяє ефективності акцій із публічної дипломатії.

Публічна дипломатія, націлена на внутрішнє споживання, здійснюється Генеральною дирекцією з комунікації. Інформаційний комітет із зовнішніх зв'язків ЄСЗД координує їх, і його завдання постачати всіх глав представництв ЄС, пресу й чиновників, що займаються інформацією, що відповідають щоденними інструкціями.

Для України вказаний європейський досвід цінний тим, що зовнішнім акторам публічна дипломатія пропонувала певні моделі-символи, покликані свідчити про привабливість ЄС, наприклад, досить вдалим став бренд “єдність у різноманітності”, що підкреслює можливість країнам-членам проводити загальну політику, зберігаючи при цьому свою ідентичність, збагачену культурою, мовою, традиціями. Відносно країн, що бажають вступити в ЄС, дипломати наполегливо пропагували ідею “більшого за більше”, що означало: хто проведе більш рішучі політичні реформи, тобто демократизацію, забезпечить захист прав людини й реформує судову систему, одержить більшу допомогу й визнання з боку Євросоюзу. Популярним стало і гасло, що свідчило про здатність ЄС забезпечувати “гроші, ринки й мобільність”. Позитивний відгук одержала ініціатива “Діючи разом з жінками”. На веб-сайтах, у ході конференцій, опитувань, культурних заходів широко відзначався Міжнародний день за заборону насильства відносно жінок, або Міжнародний жіночий день 8 березня. Значно сприяло поліпшенню іміджу ЄС присудження йому Нобелівської премії миру (2012)

“за роль, зіграну ЄС у справі запобігання війн між європейськими країнами, за просування демократії й прав людини” [54].

Успішно проектує образ Євросоюзу його дипломатичний протокол. МЗС третьої країни (тобто не члена ЄС), наприклад України, установлюючи дипломатичні відносини з Європейським союзом або міняючи посла, направляє у протокольну службу Європейської комісії (безпосередньо або через своє представництво при ЄС) запит на агремана (у формі вербальної ноти, до якого на нетитулованому папері додається curriculum vitae посла). Як правило, на відповідь потрібно близько 2 місяців, а в період відпусток може пройти ще більше часу, тому що кандидатура посла повинна бути схвалена Європейською комісією, Радою Європейського Союзу й урядами держав-членів. Коли ця процедура благополучно завершена, про результат МЗС згаданої країни сповіщають вербальною нотою. Із цього приводу Генеральний секретаріат Ради ЄС звичайно поширює прес-реліз.

Чекаючи посла протокольна служба Комісії звертається в МЗС Бельгії із проханням надати належні послові привілеї й імунітети й сповістити про це митну й прикордонну служби. Деталі церемоніалу акцентують увагу на двоїстому характері інтеграції, що будується одночасно як на міждержавному, так і на наднаціональному рівні. Акредитований при ЄС посол третьої країни, що вперше прибуває в Брюссель, везе із собою не одну, як це прийняте у світовій дипломатії, а дві вірчі грамоти. По приїзду посла їх копії передаються в протокольний відділ Європейської комісії, після чого визначається час вручення грамот. Таким чином, одна вірча грамота призначена Голові Європейської ради як главі інституту, який розбудовує свою діяльність на основі міждержавного узгодження, інша - Голові Комісії ЄС, інституту наднаціонального. Аналогічно в обох випадках вручаються й відкличні грамоти попереднього глави місії. Перед остаточним від'їздом із Брюсселя посол направляє прощальні листи як главі Європейської ради, так і главі Комісії.

Безпосередня передача інформації в різні країни світу й установлення необхідних контактів з їхнім керівництвом і громадськістю здійснюється, насамперед, у рамках одного із найбільш численних дипломатичних корпусів світу - у дипломатичному корпусі при ЄС у Брюсселі.

Символічне послання, що акцентує увага на християнському коріннях європейської цивілізації, полягає в тому, що дуайеном дипломатичного корпусу при ЄС незмінно стає папський нунцій.

У якості його заступника виступає посол, що розпочав виконання своїх обов'язків раніше інших послів при ЄС. Значимість інтеграційної дипломатії виражена також у підкресленні старшинства послів ЄС, коли на прийомі, організованому одним зі членів дипломатичного корпусу ЄС, акредитовані при ЄС послы мають старшинство стосовно глав інших місій. Протокол ЄС віддає данину пам'ятним датам загальноєвропейського й національного характеру.

Особлива увага приділяється сьогодні цифровій публічній дипломатії. ЄСЗД визнала зростаючу роль ЗМІ й зареєструвалася у соціальних мережах в якості організації. Керівництво ЄСЗД заохочує делегації до активної присутності в Інтернеті. При цьому рекомендується виходити в Мережі мовою країни перебування. В повній мірі це стосується і України

Вважається, що це надасть їм більші можливості в проведенні комунікаційних стратегій у відношенні тієї або іншої групи населення. Дипломати затверджують: “Якщо ми прагнемо до успішного результату наших зусиль забезпечити розуміння нашого суспільного життя й нашої політики населенням інших країн, ми повинні зрозуміти культуру, історію й психологію народу, з яким ми прагнемо спілкуватися” [51].

У країнах, де Інтернетом охоплені широкі верстви населення, керівники делегацій роблять ставку на електронну комунікацію, звівши до мінімуму поширення друкованих матеріалів або повністю від них відмовляючись. Це дозволяє постійно й оперативно обновляти інформацію на сайтах посольств і Євросоюзу. До того ж цифрова дипломатія дає

можливість практикувати багаторівневу дипломатію й у реальному часі безпосередньо звертатися до громадян, минаючи урядові канали. Через мережі встановлюються зв'язки з особами, що формують суспільну думку, із впливовими блогерами, журналістами й представниками громадянського суспільства. Очевидно, однак, що найчастіше обмежений обсяг інформації, що надходить в соціальні мережі, не дозволяє дати всебічний аналіз складних і важко вирішуваних проблем і почати плідний діалог.

Найчастіше терміни публічна дипломатія й культурна дипломатія взаємозамінні. Таким чином, культура, безперечно, є значимою складовою публічної дипломатії. Культурні асоціації й організації співробітництва виступають як найважливіші партнери у реалізації в життя дипломатії “м'якої сили”. У деклараціях ЄС підкреслюється готовність до діалогу із громадянським суспільством у рамках Асоціацій дружби, НУО, профспілок тощо. Європейський парламент активно займається просуванням публічної дипломатії в сфері культури, прагне “підвищити інтерес до європейських цінностей”, у т.ч. й таких державам як Україна.

В 2016 р. Комісія схвалила нову “Стратегію ЄС із розвитку міжнародних культурних відносин”. Її розроблювачі відзначають роль культури як цінного ресурсу, що сприяє подоланню виникаючих викликів, наприклад, вирішенню проблем інтеграції біженців і мігрантів, боротьбі з радикалізацією насильства, захисту культурної спадщини. Для успішного проведення в життя положень цієї Стратегії пропонується здійснювати підтримку культури як двигуна соціального й економічного розвитку. Культура розглядається як центральний елемент нової креативної економіки, інновацій, комп'ютеризації й доступу до знань. Культурна й творча промисловість представляє 3% глобального ВВП і надає 30 млн. робочих місць, з них 7 млн. у країнах ЄС.

Особлива увага Стратегія приділяє міжкультурному діалогу, включаючи міжрелігійний діалог, як ключовому способу створення миролюбних і інклюзивних суспільств, що зберігають цінність культурних

відмінностей і поважачих права людини. Діалог покликаний здійснюватися шляхом співробітництва культурних асоціацій, молодіжного й студентського обміну, обміну вченими, дослідниками й викладачами. Збереження культурної спадщини буде сприяти розширенню туризму й стане вагомим підтримкою економічному зростанню.

3.3. Передові хайтек технології цифрової дипломатії, що можуть бути застосовані в Україні

Розглянемо передові хайтек технології цифрової дипломатії, що можуть бути застосовані в Україні, на прикладі дипломатії держав Бенілюксу в нашій країні, основними каналами реалізації якої є можливості посольств Бельгії, Нідерландів та Люксембургу в Україні.

Бельгія

У ході переговорів міністрів закордонних справ України та Бельгії, які відбулися в Києві на початку 2020 р. було задекларовано, що двосторонній політичний діалог буде інтенсифіковано на всіх рівнях, зокрема, шляхом обміну візитами міністрів закордонних справ, контактів у рамках важливих міжнародних форумів (ООН, РЄ, НАТО, ОБСЄ тощо), консультацій на рівні керівництва міністерств закордонних справ, а також на рівні керівників департаментів зі стратегічних питань і питань безпеки, європейського співробітництва, консульських питань, історико-архівних підрозділів, аналізу і планування [23]. Утім, поширення коронавірусної інфекції внесло негативні корективи у цю справу.

Окрім того, декларувалася цілковита підтримка Бельгією Плану дій Україна – ЄС. Зазначалося, зокрема, що офіційний Брюссель сприятиме реформам, спрямованим на зближення України з ЄС на напрямі визнання України країною з ринковою економікою.

Пріоритетними на напрямі економічного співробітництва були визначені такі галузі для двосторонньої взаємодії як енергетика, а також транспорт і транспортні інфраструктури.

Основним проблемним питанням у відносинах України з Бельгією залишається процес набуття чинності Конвенції між урядами України та Бельгії про уникнення подвійного оподаткування та попередження фактів ухилення від сплати податків на доходи і на капітал. На сьогодні тривають експертні консультації та двосторонні переговори щодо прискорення ратифікації вказаної Конвенції українською стороною, що зумовлено заниженням, за оцінками вітчизняних експертів, зафіксованих у документі ставок дивідендів, процентів і роялті.

На даний час, стверджують чільники МЗС Бельгії, ця країна, як і інші члени Європейського Союзу, прагне знайти оптимальний шлях для досягнення домовленості з Україною за договором про культурне і наукове співробітництво.

Посол Бельгії в Україні в одному зі своїх інтерв'ю висловив думку про те, що Україна повинна сама вирішити, як вибудувати свої відносини з НАТО і чи варто посилити свої взаємини з Альянсом. Якщо українська держава твердо вирішить вступати в НАТО, то в певний момент їй це вдасться. Як стверджує бельгійський дипломат, офіційний Київ уже зараз виконує певний план щодо членства в НАТО і цей документ передбачає ряд реформ, зокрема, широке інформування суспільства про діяльності Альянсу.

Також на порядку денному питання інтеграції України в Європейське енергетичне співтовариство, питання Східного партнерства. Бельгійці констатують, що існує нагальна необхідність структурних внутрішніх реформи української економіки [23].

Нідерланди

Королівство Нідерланди визнало Україну разом з іншими державами Європейського Співтовариства 31 грудня 1991 р. Дипломатичні відносини було встановлено 1 квітня 1992 р. шляхом обміну дипломатичними нотами.

Посольство Королівства Нідерланди в Україні було відкрито восени 1992 р. Послом Нідерландів Робертом Серрі.

У березні 1996 р. відбувся перший офіційний візит до України Прем'єр-міністра Нідерландів В.Кока. Значний імпульс активному розвитку політичного діалогу між Україною та Нідерландами було надано візитами в Нідерланди: Президента України Л.Д.Кучми (грудень 1997 р. і липень 2004р.) та в Україну: Прем'єр-міністра Нідерландів Я.П. Балкененде (квітень 2004 р. і січень 2005 р.).

Важливою подією для поглиблення політичних відносин між двома державами став офіційний візит Президента України В.А.Ющенко до Нідерландів на запрошення Королеви Нідерландів Беатрікс (7-8 червня 2006 року). Під час візиту відбулися зустрічі Президента України з Королевою Нідерландів, Прем'єр-міністром цієї держави Я.П.Балкененде, Головою Сенату Парламенту Нідерландів І.Тіммерман-Бак, Головою Палати представників Парламенту Нідерландів Ф.Вейсгласом [24].

Підписання Програми спільних дій між Кабінетом Міністрів України та Урядом Нідерландів на 2007-2009 рр. у ході візиту стало новим етапом у розвитку договірно-правової бази взаємовигідного двостороннього співробітництва. Програма передбачає подальше поглиблення політичних, торговельно-економічних, науково-технічних, освітянських та культурних зв'язків як на урядовому, так і на місцевому рівнях, сприяння Нідерландів у наближенні українського законодавства до норм і стандартів Європейського Союзу.

Інтереси публічної дипломатії Нідерландів в Україні представляє посольство цієї держави в Києві, а також консульство у Львові. Культурна дипломатія Нідерландів в Україні здійснюється в основному в економічній та соціально-культурній сфері. Так, відзначають, представники нідерландського посольства, процедури проведення економічної діяльності в Україні не завжди є простими. Країна знаходиться в середині політичного та економічного перехідного періоду. В зв'язку з цим, компанії, що вперше

входять до ринку України, можуть зіштовхнутися з певними труднощами. Надати сприяння у цій справі готові і Агентство Нідерландів з Міжнародного Ділового Співробітництва (EVD) та Посольство Нідерландів у Києві [24].

Підприємці, зокрема, зіштовхуються з проблемами у таких сферах, як митний контроль, податкообкладання та законодавство. В зв'язку з цим Агентство Нідерландів з Міжнародного Ділового Співробітництва (EVD) надає велику кількість інформації стосовно ведення бізнесу в Україні, включаючи інформацію про проблеми, які можуть виникнути у таких сферах, як митний контроль, податкообкладання та законодавство.

Зокрема, необхідно відмітити проект в рамках МАТРА – “Покращення якості життя та стандартів послуг для неповносправних дітей шляхом розвитку та розбудови громадянського суспільства в Україні”. Поштовхом для написання такого проекту стало те, що сьогодні в нашій країні функціонує ще багато будинків-інтернатів для осіб із особливими потребами, де їхнім вихованням займаються не спеціалізовані фахівці, а звичайні нянечки без відповідної освіти та лікарі.

Головне завдання проекту – сприяння інтеграції неповносправних дітей у суспільство, покращення їхнього життя в інтернатах, покращення послуг раннього втручання, а також лобювання цього питання на рівні держави, оскільки донині воно залишається не відрегульованим. Партнерами проекту, зокрема, є НРЦ “Джерело”, національна асамблея інвалідів України та Голландська Королівська Асоціація фахівців фізичної терапії. Представники проекту за півроку побували у двох інтернатах на сході України. Через зустрічі-тренінги з персоналом цих закладів їм вдалося змінити ставлення до вихованців. Реалізації проекту МАТРА сприяє УАФФР та обмін досвідом із Голландською Королівською Асоціацією фахівців фізичної терапії [24].

Люксембург

В Україні функціонує почесне консульство Великого герцогства Люксембург в Україні [22].

Характерною рисою публічної дипломатії Люксембургу в Україні є основний акцент на підтриманні в нашій країні демократичних норм і свобод, а також забезпеченні чесних і прозорих правил функціонування фінансово-банківської системи.

Українсько-люксембурзьке співробітництво наразі спирається на договірно-правову базу, яка зокрема складається з міжурядової Угоди про повітряне сполучення (підписана у червні 1994 р.), Конвенцію про уникнення подвійного оподаткування і попередження податкових ухилень стосовно податків на доходи і капітал (підписана у вересні 1997 р.), Угоду про співробітництво в галузі банківської підготовки (підписана у червні 1998 р.).

Представники уряду Люксембургу в ході свого візиту в Україну та відповідних офіційних промов постійно наголошують на значній потенційній ролі люксембурзьких інвестицій в економіці нашої держави. Перспективними є такі двосторонні інвестиційні проекти: проект співробітництва у галузі спільного виведення на орбіту та експлуатації супутників зв'язку (наразі опрацьовується між НКАУ і “Укрінкосмосом” та люксембурзькою телекомунікаційною фірмою “SES-Астра”), співробітництво між українськими сталеливарними заводами та люксембурзьким підприємством “Поль В’юрт” (розробляє нові технології для металургійної промисловості) [22].

Слід відзначити, що культурна дипломатія держав Бенілюксу щодо України має низку спільних рис і характеризується такою спільною стратегією:

- пріоритетність гуманітарної проблематики та питань стосовно протидії змінам клімату;
- активне використання у переговорах з українською стороною засобів впливу, які полягають у публічному заохоченні європейського та євроатлантичного вектору політики нашої держави.

Таким чином, культурна дипломатія країн Бенілюксу щодо України хоч і покращилася після змін правлячої еліти в нашій країні у 2014 році, однак

не змінилась досить суттєво. Бенілюкс сприймає Україну як потенційного члена ЄС, але у випадку готовності усіх держав Євросоюзу до приєднання нашої країни. Крім того, іноземна сторона не схвалює швидке приєднання України до ПДЧ. Зараз співпраця розвивається вже в контексті світової економічної (“посткоронавірусної”) кризи, яка негативно впливає на конкурентоспроможність українських підприємств. Україна розглядає держави Бенілюксу не тільки як партнера, а шукає у них фінансової допомоги для подолання кризових явищ в економічному секторі. На даному етапі можна стверджувати, що наші країни більше приділяють увагу внутрідержавному розвитку, а не зовнішньому співробітництву. Політичні кризи в Україні вже не дивують Брюссель, Амстердам та Люксембург, але і не заохочують до поглибленої співпраці, знижують міжнародний імідж нашої держави, формують думку про нестабільність життя та незрілість політичного керівництва [22-24].

Ефективне просування іміджу України у світі можливе за умови чіткого розуміння та сегментації цільових аудиторій, оптимального розподілу каналів і застосування відповідних інструментів. Практики з корпоративного сектору, зокрема зв'язків з громадськістю та маркетингу, довели свою ефективність для цілей цифрової дипломатії та мають активно використовуватися [33, с. 20].

Висновок до розділу 3

Таким чином, розглянувши можливості удосконалення цифрової дипломатії України із використанням європейського досвіду, ми встановили таке:

– Іноземний досвід свідчить про те, що цифрова дипломатія як інструмент врегулювання відкритих збройних конфліктів може застосовуватися і як інструмент дискредитації сторін конфлікту в очах світової суспільної думки, але вона ефективна лише щодо держав, які вже є

частиною Західного міжнародного співтовариства, або прагнучих увійти в нього. У цьому випадку цифрова дипломатія мінє інформаційне тло конфлікту, спонукуючи його учасників змінити політичний курс із односторонніх на кооперативні дії. Разом з тим, міжнародна увага аж ніяк не завжди здатна впливати на ситуацію в регіоні конфлікту, змінити її до кращого.

– Для України описаний європейський досвід цінний тим, що зовнішнім акторам публічна дипломатія пропонувала певні моделі-символи, покликані свідчити про привабливість ЄС, наприклад, досить вдалим став бренд “єдність у різноманітності”, що підкреслює можливість країнам-членам проводити загальну політику, зберігаючи при цьому свою ідентичність, збагачену культурою, мовою, традиціями. Відносно країн, що бажають вступити в ЄС, дипломати наполегливо пропагували ідею “більшого за більше”, що означало: хто проведе більш рішучі політичні реформи, тобто демократизацію, забезпечить захист прав людини й реформує судову систему, одержить більшу допомогу й визнання з боку Євросоюзу.

– Обговорення проблем постконфліктного врегулювання на рівні рядових користувачів Інтернету й мобільних телефонів може сприяти зміцненню безпеки завдяки формуванню атмосфери довіри в міжнародних відносинах. У цьому контексті програми цифрової дипломатії сприяють формуванню єдиного інформаційного простору, громадянського суспільства й вирішення криз. Унаслідок своєї популярності соціальні медіа широко використовуються на рівні співтовариств, а також окремих осіб, залучених у конфлікт і зацікавлених у його врегулюванні й зниженні негативних наслідків. Це доступний засіб, що знижує вартість колективних дій, що підвищує ефективність координації, не завжди дає однаково успішні результати, однак широко використовується й очевидно, що дана тенденція збережеться й буде посилюватися в майбутньому.

ВИСНОВКИ

Таким чином, у ході даного дослідження ми дійшли таких висновків (у відповідності до наукових завдань, поставлених у вступі до цієї роботи):

1. Розглянуті теоретичні засади вивчення цифрової комунікації. Виявлено, що під поняттям “політична комунікація” слід розуміти специфічні політико-владні відносини, процес передавання смислів (сенсів-месиджів), що стосуються політичної сфери суспільства, від однієї частини політичної системи до іншої, між політичною та суспільною системами, між складовими суспільної системи з метою здійснення впливу. У даному випадку комунікатор, вступаючи в комунікацію з аудиторією в процесі комунікативних дій, за допомогою замовчування, применшення значущості, іронічного або негативного висвітлення події тощо має на меті таємно вплинути на вибір або дії аудиторії з метою досягнення певної мети.

Налагодження ефективного функціонування системи політичної комунікації стає необхідною умовою затребуваних вимогами модернізації суспільного розвитку чіткості й злагодженості функціонування політичної системи та встановлення її ефективною взаємодії з громадянським суспільством в умовах надзвичайного прискорення під впливом глобалізації та інформатизації всіх процесів суспільного буття. Триваюча технологічна й контентна революція в засобах масової комунікації за рядом основних показників ускладнює взаємодії учасників міжнародних відносин.

Використання цифрових технологій у сфері дипломатичної діяльності відкриває нові можливості для ведення політики “м'якої сили”, для вироблення погоджених дій, подолання суспільством політико-соціальних і економічних криз, а також виробленню заходів для їхнього недопущення.

2. Проаналізована методологія й терміносистема дослідження. Встановлено, що методологічний інструментарій, що гуртувався на принципах історизму, об'єктивності та всебічності, став “сполученням” методології точних і гуманітарних наук, що забезпечило більш глибоке та

об'єктивне вивчення матеріалу і сприяло усуненню типових недоліків застосування окремих методів пізнання. Поєднання ряду методів дозволило глибше проникнути в сутність предмета дослідження, чіткіше виділити вузлові аспекти проблеми та сформувавши вмотивовану стратегію дослідження.

“Цифрова дипломатія” або “нова” культурна дипломатія (Дипломатія Web 2.0) – це спосіб впливу на міжнародну ситуацію й іноземну аудиторію за допомогою новітніх інформаційних технологій. Автори ідеї “цифрової дипломатії”, що зародилася в середині 2000-х років у Державному департаменті США, враховуючи розвиток сучасних технологій і засобів комунікації, переосмислили принципи культурної дипломатії, опираючись на можливості Інтернету, супутникового телебачення й мобільного зв'язку, тим самим значно розширивши її компетенцію.

Розвиток цифрової дипломатії як новітнього інструменту зовнішньополітичної діяльності пов'язаний із теорією мережевої комунікації, яка отримала широке розповсюдження у міжнародній науковій думці на зламі XX і XXI століть і продовжує лишатися надзвичайно популярною в дослідницьких колах у зв'язку із неперервним науково-технічним прогресом, зокрема зміною технологічних укладів на глобальному рівні (наразі п'ятий технологічний уклад змінюється шостим, пов'язаним із нанотехнологіями, домінуванням інформаційно-комунікаційної сфери та величезними обсягами цифрових даних).

3. Здійснене обґрунтування потреби у зв'язку між цифровою комунікацією й дипломатією. З'ясовано, що цифрова дипломатія розглядається як широке використання інформаційно-комунікаційних технологій, у тому числі нових медіа, соціальних мереж, блогів і тому подібних медіа майданчиків у глобальній мережі для сприяння державним органам при здійсненні функцій і комунікацій з питань, пов'язаних із зовнішньою політикою, включаючи механізми впливу на закордонну аудиторію.

Дипломатія, яка раніше була відносно “закритою” сферою діяльності, завдяки розвитку інформаційного суспільства стає усе більш відкритою для звичайних громадян. Офіційна присутність в Інтернеті, у тому числі й у світових соціальних мережах (“Твіттері”, “Фейсбуці”, “Ютубі” тощо), державних дипломатичних відомств відзначене відповідними сторінками на цих майданчиках, які є, практично, у всіх міністерствах закордонних справ розвинених країн

Канали впливу за допомогою цифрової/публічної дипломатії можуть бути двоякими. По-перше, вплив може здійснюватися по офіційним каналам, тобто шляхом виступів офіційних осіб у ЗМІ, з публічними лекціями, у соціальних мережах тощо. По-друге, по неофіційним каналам: через НУО, фонди, освітні програми, жіночі й молодіжні організації, університети тощо. Той факт, що канали публічної дипломатії можуть бути як офіційними, так і неофіційними, не знайшов чіткого відбиття в літературі. У результаті понятійний апарат публічної дипломатії, особливо у вітчизняній літературі, виявився вкрай розмитим. Поряд з поняттям “публічна дипломатія” в якості синонімів використовуються терміни “публічна дипломатія”, “народна дипломатія”. Такий підхід значно звужує сферу діяльності публічної дипломатії, оскільки виключає офіційні канали її реалізації.

4. Оцінена історія й сучасність впровадження електронного урядування в ЄС. Виявлено, що цифрова / публічна дипломатія ЄС у багатьох країнах і регіонах впливає на сприйняття Євросоюзу й на ефективність його зовнішньої політики й ініціатив. Для реалізації ефективної публічної дипломатії ЄС слід знати, як його діяльність сприймається за кордоном. Мета публічної дипломатії ЄС - підсилити поінформованість із його зовнішньополітичними цілями й позитивно вплинути на сприйняття ЄС як активного й ефективного актора глобального рівня, просувати такі цінності ЄС як мир, безпека й процвітання.

Програми у сфері інформації, культури й освіти, які використовуються у зовнішній політиці країн Євросоюзу і звичайно обумовлені терміном

культурна дипломатія, переживають сьогодні новий виток розвитку й уваги з боку зовнішньополітичних відомств країн ЄС і вчених. Такий стан справ викликаний кількома факторами. Найбільш важливий з них – це визнання усіма державами того факту, що вмiле й активне використання програм культурної дипломатії може забезпечити реалізацію зовнішньополітичних завдань. Другим фактором нової хвилі в розвитку культурної дипломатії стало широке поширення нових наукових концепцій у даній сфері, які набули популярності не тільки в академічному співтоваристві, але й серед політиків і журналістів.

Культурна дипломатія країн ЄС – це урядовий механізм, спрямований на реалізацію зовнішньополітичних завдань країн Євросоюзу, що й включає в себе такі методи як:

- 1) інформаційні проекти (пропаганда);
- 2) освітні й культурні обміни;
- 3) проекти в мережі Інтернет (цифрова дипломатія ЄС).

5. Виявлений досвід цифрової дипломатії Західної Європи й країн пострадянського простору. Встановлено, що прихильники концепції цифрової публічної дипломатії як інструмента врегулювання конфліктів відзначають, що соціальні медіа здатні не тільки змінювати ієрархічний характер комунікації, властивий традиційній дипломатії, але й залучати рядових громадян у вирішення дипломатичних завдань, а також прямо звертатися до закордонної аудиторії. Якщо початково практика публічної дипломатії забезпечувала перехід від монологу до діалогу, то цифрова дипломатія також створює умови для розвитку проектів співробітництва, в якості інструментів можуть використовуватися різні цифрові платформи для створення контенту (wiki-, онлайн- енциклопедії й ін.), а також реалізація акцій і програм, що скоординовані в онлайн-середовищі за допомогою спеціальних інструментів краудсорсинга і краудфандинга.

Цифрова публічна дипломатія, спрямована на підтримку громадських ініціатив, створення каналів комунікації й встановлення діалогу між

конфліктуючими сторонами, дозволить змінити інформаційний контекст конфлікту, у такий спосіб трансформуючи його динаміку, виступаючи одним з інструментів посередництва.

Інтерактивні Web 2.0 технології формують інформаційний контекст, у якому проходить конфлікт. Соціальні мережі сприяють інтерактивній комунікації й поширенню інформації про конфлікти, створюючи можливості для великої кількості людей, що проживають у зоні конфліктних дій або залучених у конфлікт, прямо передавати інформацію про нього для широкої аудиторії, розширюючи коло непрямих учасників конфлікту й трансформуючи сильні сторони й переваги конфліктуючих сторін, тобто впливаючи на структурні фактори конфліктного протистояння.

Говорячи про європейський досвід використання інформаційних технологій у ході ухвалення державно-управлінських рішень доцільно розглянути, зокрема, досвід Естонії.

Електронне урядування в Естонії є складовою програми “I2010 – європейське інформаційне суспільство для зростання і зайнятості”, яка створює рамкові умови для всіх країн-членів ЄС з подальшої розбудови системи електронного функціонування органів влади. Національна стратегія розвитку електронного уряду та електронної демократії в Естонії передбачає досягнення 6 головних цілей:

- орієнтація на кінцевого споживача – громадянина, підприємство та установу (доступ для всіх потенційних користувачів, сприяння прийняттю адміністративних рішень через Інтернет, навчання та перекваліфікація управлінського персоналу для забезпечення функціонування мережі електронного управління);

- економічність та ефективність (інформаційні технології для електронного урядування мають бути цифровими, всеохоплюючими та орієнтованими на користувача, функціонування системи електронного уряду забезпечуватиметься коштами уряду і місцевих органів влади);

- транспарентність, захист і безпека інформаційних баз даних;

- співучасть суспільства (забезпечення підтримки та впливу на функціонування системи електронного урядування з боку громадян і бізнесу);

- спрямованість у майбутнє та довготерміновість;

- ефективність системи програмного забезпечення (розробка надійного ПЗ, здатного функціонувати у кризових ситуаціях, побудованого на міжнародних стандартах із урахуванням принципів багатократного користування та взаємоузгодженості)

6. Вивчені можливості використання європейського досвіду у вітчизняній цифровій дипломатії. З'ясовано, що відповідно до Стратегії публічної дипломатії МЗС України на 2021-2025 роки, основними напрямками публічної дипломатії є культурна, економічна, експертна, кулінарна, науково-освітня, спортивна і цифрова дипломатії. Реалізація стратегії вимагає збалансованого підходу до планування та реалізації проектів та заходів у сфері публічної дипломатії, який не ґрунтується лише на культурно-гуманітарній співпраці та розвитку міжкультурних зв'язків з іншими країнами.

Інструменти культурної та експертної дипломатії, серед іншого, використовують для просування теми протидії російській агресії (зокрема питань деокупації, порушення прав людини, дезінформації тощо) для політиків, держслужбовців, експертів і науковців іноземних країн, у рамках міжнародних організацій тощо.

В діяльності ЄС виділяють 5 пріоритетів, що спирається на загальні цінності цифрової / публічної дипломатії :

- 1) просування іміджу ЄС як головного партнера в демократичному транзиті, особливо в країнах- сусідах ЄС;

- 2) просування іміджу ЄС як найголовнішого донора в сфері співробітництва й розвитку;

- 3) просування іміджу ЄС як глобального економічного об'єднання, що знаходить відповіді на виклики кризи й використовує торгівлю як засіб змін;

4) просування прав людини через діалог на вищому рівні з партнерами ЄС і стратегічне співробітництво, що включає лобіювання скасування смертної кари;

5) просування іміджу ЄС як варту безпеки, що відповідає на глобальні загрози.

Отже, із метою формування сучасної, потужної політики цифрової дипломатії в Україні потрібно розвивати цю справу за наведеними цілями та пріоритетами.

По-перше, активно розвивати внутрішню цифрову дипломатію, міжрегіональні зв'язки, формувати цифрові кластери у різноманітних регіонах України та посилювати культурний туризм.

По-друге, при дипломатичних інституціях за кордоном динамічно розвивати функціонування культурних центрів.

По-третє, для міжнародних культурних комунікацій готувати повномасштабний, високої якості контент для промоції українського національного мистецтва, літератури, проектів з обміну культурними досягненнями.

По-четверте, потрібна більш активна інституалізація культурної політики держави у сфері цифрової дипломатії, поєднання її зі стратегічними комунікаціями, модернізація національної політики взаємодії з міжнародним культурним середовищем.

У зв'язку з викладеними цілями потрібно щоб Кабінетом Міністрів України було реалізовано ряд дій.

По-перше, це активна розробка Стратегії культурної дипломатії, тобто необхідність визначити мету, завдання, основні напрями діяльності, співвіднесення культурної та публічної політик (відповідно п. 10 Стратегії сталого розвитку “Україна – 2020” “Програма популяризації України у світі та просування інтересів України у світовому інформаційному просторі”). У цьому процесі необхідно врахувати розпорядження Кабінету Міністрів України від 1 лютого 2016 року № 119-р “Про схвалення Довгострокової

Стратегії розвитку української культури – стратегії реформ”, де визначено завдання підтримувати міжнародну діяльність української культури через залучення авторитетних представників культури та мистецтва, створення міжнародних культурних інституцій.

По-друге, необхідно розширити завдання МЗС України, особливо що стосується уточнення певних нормативно-правових документів. В тексті Постанови КМУ № 281 від 30 березня 2016 року “Про затвердження Положення про Міністерство закордонних справ України” потрібно розширити коло завдань МЗС України. До п. 3 чинної редакції положення необхідно додати поняття “європейський культурний простір”, який потрібно, у першу чергу, враховувати в процесі інтеграції в ЄС. Перелік завдань МЗС України в Положенні потрібно розширити за рахунок введення чітко визначених завдань з цифрової дипломатії.

По-третє, необхідно внести зміни в нормативно-правові документи для формування можливості побудувати системне фінансування інституцій цифрової дипломатії та їх життєдіяльності.

По-четверте, необхідно прийняти комплексну програму для організації перекладів мовами світу творів українських видатних авторів.

Міністерству культури та інформаційної політики та МЗС України має сенс, для подальшого вдосконалення системи цифрової дипломатії, розпочати спільний проект, який буде присвячений формуванню нових інституцій, розвитку вже існуючої структури, дослідженню цифрової дипломатії різних країн. За підсумками проекту надати пропозиції щодо удосконалення діяльності Українського інституту, в тому числі з елементами державно-приватного партнерства. Ключовим елементом цифрової дипломатії різних країн стають культурні та креативні індустрії. На ґрунті прийнятих нормативних актів Міністерству культури та інформаційної політики потрібно продовжити політику сприяння розвитку вказаних індустрій.

Для посилення процесів державотворення необхідно активно сприяти розвитку внутрішньої цифрової культурної дипломатії. Обов'язково необхідно в стратегії розвитку міст України ввести культурний компонент, зробити дослідження культурного потенціалу регіонів України, нарощувати діяльність з відпрацювання проекту “Культурна столиця України” зі змішаною формою фінансування. Потрібно встановити щорічну Національну премію імені Т. Шевченка за кращий твір іноземного автора з проблематики життя сучасної України, присвячений проблемам збереження культурної спадщини, розвитку процесів демократизації та їх впливу на формування української культури. Міністерству освіти і науки України потрібно сформувати єдиний спеціалізований курс “digital diplomacy” для профільних українських ЗВО.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Акімов С. К. Психологічні особливості інтернет-адиктивних змін у структурі особистості : автореф. дис. ... канд. психол. наук : 19.00.01 / Акімов Сергій Костянтинович ; Держ. закл. "Південноукр. нац. пед. ун-т ім. К. Д. Ушинського". Одеса, 2014. 20 с.
2. Барановский В. Г. Трансформация глобального миропорядка: динамика системных изменений. *Полис*. 2017. № 3. С. 71-91.
3. Волошин Ю. О. Конституційно-правові засади самоорганізації національних меншин в Україні : дис. канд. юр. наук : 12.00.02 / Волошин Ю. О. Київ, 2001. 220 с.
4. Волошин, Ю. О. Проблема міждисциплінарності у визначенні категорії «інтеграція» та її роль у розвитку національного. *Вісник Інституту законодавства Верховної Ради України*. 2011. № 4. С. 16–23.
5. Волошин Ю.О., Мушак Н.Б. Impact of COVID-19 on the realization of freedom of movement in the European Union and its member states. *Atlantic Press. 2nd International Conference on Social, Economic and Academic Leadership*. 2021, № 170. –Р. 129-134
6. Волошин Ю.О. Legal globalization and interstate integration as a leading factor of the formation of state security and sovereignty. *Atlantic Press. 2nd International Conference on Social, Economic and Academic Leadership* . – 2018, № 11. –Р. 351-358
7. Денисюк С. Г. Комунікологія : навч. посіб. / Вінниц. нац. техн. ун-т. Вінниця : ВНТУ, 2017. 101 с.
8. Державне управління та місцеве самоврядування : Навчально-метод. посіб. для студ. Інституту соціальних наук / Одеський національний ун-т ім. І.І.Мечнікова. Інститут соціальних наук. Кафедра історії і світової політики ; уклад. Ю. В. Узун. Одеса, 2017. 86 с.
9. Дубов Д. В. Публічна дипломатія США в добу Холодної війни. Як США завойовували "серця та розум людей" (у дзеркалі розсекречених

документів ЦРУ) : аналіт. доп. / Нац. ін-т стратег. дослідж., Центр безпек. дослідж. Київ : НІСД, 2020. 162 с.

10. Замула А. Ю., Волошин Ю. О., Карпачова Н. І. Забезпечення права ув'язнених на належну медичну допомогу: міжнародні стандарти та національна практика. Запорозький медичинський журнал. 2019 . Том 21, № 4(115) С. 511-516.

11. Звягельская И. Д. Этноконфессиональные конфликты современности и подходы к их урегулированию Конфликты на Востоке: этнические и конфессиональные / Под ред. А. Д. Воскресенского. Москва : Аспект Пресс, 2018.

12. Карпачова Н. І., Волошин Ю. О., Єпіфанов О. В., Марцеляк О. В. Міжнародно-правові стандарти в сфері охорони культурної спадщини та їх імплементація у національне законодавство держав. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв* . 2019. № 2. С. 35-41. Конституційно-правове забезпечення європейської міждержавної інтеграції: теоретико-методологічні аспекти О. Ю. Волошин. Київ : Логос, 2010. 428 с.

13. Кулеба О. В. Формування та розвиток іміджевої політики держави : автореф. дис. ... канд. наук з держ. упр. : 25.00.02 / Кулеба Олексій Володимирович ; Акад. муніцип. упр. Київ, 2014. 20 с.

14. Культурна дипломатія / [В. Матвієнко та ін.] ; за заг. ред. Ірини Матяш та Віктора Матвієнка ; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т міжнар. відносин, Наук. т-во історії дипломатії та міжнар. відносин. Київ : ГДП, 2021. 248 с.

15. Луцкий М. Г., Корченко А.Г., Иванченко Е.В., Казмирчук С.В. Исследование программных средств анализа и оценки риска информационной безопасности. *Захист інформації*. 2011. №3. С. 97-108.

16. Луцький М. Теоретичні аспекти управління корпораціями: Монографія. – Київ : Каравела, 2008. 225 с.

17. Луцький М. Г., Марченко В. М., Давиденко В. В., Кам'янецька О .В. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності. Київ : Сузір'я, 2007. 484 с.

18. Макаренко Є. А., Рижков М. М. Цифрова дипломатія / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ : ВАДЕКС, 2019. 324 с.
19. Максименко С., Кіш Є., Лендъєл М., Студенніков І. Регіональна політика в країнах Європи: Уроки для України. Київ : Логос, 2015. 85 с.
20. Матеріали Академії електронного управління Естонії [Електронний ресурс]. URL: <http://www.ega.ee>.
21. Миклащук І. Політичне маніпулювання як чинник української політики [Електронний ресурс]. *Український центр політичного менеджменту*. URL: <http://www.politik.org.ua/vid/bookscontent.php3?b=25&c=670>.
22. Офіційні матеріали консульства Великого герцогства Люксембург в Україні. [Електронний ресурс]. URL: <http://www.luxembourg.com.ua/ua/luxembourg.html>.
23. Офіційні матеріали Посольства Бельгії в Україні [Електронний ресурс]. URL: <http://www.diplomatie.be/kievuk>.
24. Офіційні матеріали Посольства Королівства Нідерландів в Україні [Електронний ресурс]. URL: http://www.netherlands-embassy.com.ua/address_ua.html.
25. Партико З. В. Основи видавничої справи. Київ : Ліра-К, 2017. 301 с.
26. Пересунько Т. 100 років культурної дипломатії України : [зб. архів. док.] / [Тіна Пересунько ; пер.: В. Бойко та ін. ; наук. ред. І. Гирич] ; Укр. центр культур. дослідж., Центр. держ. архів вищ. органів влади і упр. України. Київ : Артєк, 2018. 199 с.
27. Піпченко Н. О. Міжнародна інтернет-комунікація як інструмент зовнішньополітичної діяльності : автореф. дис. ... д-ра політ. наук : 23.00.04 / Піпченко Наталія Олександрівна ; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2015. 41 с.

28. Піпченко Н. О. Соціальні медіа у структурі зовнішньої політики провідних міжнародних акторів : [монографія]. Київ : Центр вільної преси, 2014. 333с.
29. Піпченко Н. О. Цифрова дипломатія / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ : ВАДЕКС, 2019. 317 с.
30. Політика культурної дипломатії: стратегічні пріоритети для України : зб. наук.-експерт. матеріалів / Нац. ін-т стратег. дослідж. ; [упоряд. О. П. Розумна ; за заг. ред. О. П. Розумної, Т. В. Черненко]. Київ : НІСД, 2016. 91с.
31. Почепцов Г. Цивілізація контента. Харьков : Фолио, 2021. 348 с.
32. Рибченко А. С. Механізми впровадження цифрової дипломатії органами державної влади у сфері зовнішніх зносин України : автореф. дис. ... канд. наук з держ. упр. : 25.00.02 / Рибченко Артем Сергійович ; Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. Київ, 2020. 20 с.
33. Стратегія публічної дипломатії Міністерства закордонних справ України на 2021-2025 роки. Київ : МЗС України, 2021. 27 с.
34. Тапскотт Д. Уильямс Э. Д.. Викиномика. Как массовое сотрудничество изменяет все, NY.: BestBusinessBooks, 2009. 498 p.
35. Тоффлер Э. Третья волна [пер. с англ.]. Москва : АСТ, 1999. 781 с.
36. Хауер-Тюкаркина О. Бренд “Европейский Союз” [Электронный ресурс]. *Бренд-менеджмент*. 2015. № 1. URL: <https://goo.gl/RqB0Qu> .
37. Цветкова Н. Публичная дипломатия США: от “мягкой силы” к “диалоговой пропаганде”. *Международные процессы*. 2015. № 3. С. 121-133.
38. Aall P. Building Interests, Relationships, and Capacity Managing Conflict in a World Adrift / Ed. by Ch. A. Crocker and F. O. Hampson, P. Aall. Wash., D.C.: United States Institute of Peace Press, 2013. P. 409-427.
39. Aall P. Nongovernmental Organizations and Peacemaking Managing Global Chaos: Sources of and Responses to International Conflict / Ed. by Ch. A.

Crocker and F. O. Hampson with P. Aall. Wash., D.C.: United States Institute of Peace Press, 1996. P. 433-461.

40. Analysis of the Perception of the EU and EU's Policies Abroad [Электронный ресурс]. *The European Commission* [сайт]. 01.12.2015. URL: <https://goo.gl/Arw3Zr>.

41. Bell D. *Reordering the World: Essays on Liberalism and Empire*. Princeton University Press, 2016.

42. Berridge G. *Diplomacy: Theory and Practice*. 4th ed. N.Y.: Palgrave, Macmillan, 2010.

43. Brand EU. *Brand EU Centre* [сайт]. 2017. URL: <http://www.brandeu.eu>.

44. Bull H. *The anarchical society: A study of order in world politics*. Palgrave Macmillan, 2012.

45. Castells M. The New Public Sphere: Global Civil Society, Communication Networks, and Global Governance *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*. 2008. P. 616. URL: http://prtheories.pbworks.com/w/file/attach/45138545/Castells_2008_The_New_Public_Sphere.pdf.

46. Civil Society 2.0 U.S. Department of State [Official Site]. URL: www.state.gov/statecraft/cs20.

47. Copeland D. *Guerrilla Diplomacy: Rethinking International Relations*. Boulder: Lynne Rienner, 2009.

48. Cowan G., Arsenault A. Moving from monologue to dialogue to collaboration: The three layers of public diplomacy. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*. 2008. T. 616. No 1. P. 10–30.

49. Der Derian J. *Antidiplomacy: Spies, Terror, Speed, and War*. Cambridge (Mass.) & Oxford UK: Blackwell, 1992.

50. Gotz N. Civil Society and NGO: Far from Unproblematic Concepts. *The Ashgate Research Companion to Non-State Actors* / Ed. by B. Renalda. Burlington: Ashgate, 2011. P. 185-196.

51. Gouveia de Ph.F., Plumridge H. European Infopolitik: Developing EU Public Diplomacy Strategy [Электронный ресурс]. *The Foreign Policy Centre* [сайт]. 2005. URL: [https://goo. gl/Jw4IRU](https://goo.gl/Jw4IRU) .

52. Ham van P. Place Branding: The State of the Art [Электронный ресурс]. *Clingendael. Netherlands Institute of International Relations* [сайт]. 2017. URL: <https://goo.gl/cS037z> .

53. Hayashi Yujiro. Johoka shakai: Hado na shakai kara sofuto na shakai [Текст]. Токио : Feo, 1969. 189 p.

54. Holzacker L., Luif P. (eds). Freedom, Security and Justice in the European Union. Life Learning Programme of the European Union Project no. 177316-LLP-1-2010-DE-ERASMUS-ENWA. URL: <https://books.google.ru>.

55. Hosono Asahi, Tadao Umesao. Joho sangyo ron. Information Industry Theory: Dawn of the Coming Era of the Ectodermal Industry [Текст], Tokyo.: VP, 1963. 156 p.

56. IT Strategic Plan: Fiscal Years 2011–2013 Digital Diplomacy. US Department of State. 2010. September 1. URL: <http://www.state.gov/m/irm/rls/148572.htm>.

57. Jarsky V. How the World Uses Twitter [Infographic] MarketingProfs. 5.10.2015. URL: <http://www.marketingprofs.com/chirp/2015/28385/how-the-world-uses-twit-ter-infographic>.

58. Kelman H., Cohen S. Reduction of International Conflict: An Interaction Approach. *The Social Psychology of Intergroup Relations* / Ed. by W. G. Austin, S. Worchel. Monterey (Call): Brooks-Cole Publ., 1979. P. 288-303.

59. Leonard M., Alakeson V. Going Public: Diplomacy for the Information Society. L.: Foreign Policy Centre, 2000.

60. Leonard M., Stead C., Smewing C. Public Diplomacy [Электронный ресурс]. *The Foreign Policy Centre* [сайт]. 2002. URL: <https://goo.gl/ZvuRtn>

61. Machlup F. The Production and Distribution of Knowledge in the United States [Текст]. NJ.: Princeton, 1962. 283 p.

62. Mai'a K., Cross D. and Mellisen J. *European Public Diplomacy: Soft Power at Work*. N.Y.: Palgrave Macmillan, 2013.
63. Manning B. *The Congress, the Executive and Intermestic Affairs: Three Proposals*. URL: <https://www.foreignaffairs.com/articles/1977-01-01/congress-executive-and-intermestic-affairs-three-proposals>.
64. McLuhan M., Fiore Q *The Medium Is the Message : An Inventory of Effects*. New York: Bantam Books, 1967. 324 p.
65. Melissen J. *The new public diplomacy: soft power in international relations*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2005. 240 p.
66. Morozov E. *The net delusion: The dark side of Internet freedom* PublicAffairs. 2012.
67. Moulthrop Stuart. *You Say You Want a Revolution? Hypertext and the Laws of Media*. URL: <http://muse.jhu.edu>.
68. Natsios A. S. *An NGO Perspective*. In *Peacemaking in International Conflicts: Methods and Techniques* / Ed. by I. W. Zartman and J. L. Rasmussen. Washington D.C.: United States Institute of Peace, 1996. P. 337-361.
69. Nye J. S. *The future of power*. N.Y.: PublicAffairs, 2011.
70. O'Reilly T., Battelle J. *Web squared: Web 2.0 five years on*. "O'Reilly Media, Inc.", 2009.
71. *Public Diplomacy through the Partnership Instrument* [Электронный ресурс]. The European Commission [сайт]. 23.06.2016. URL: <https://goo.gl/Qczsko>
72. Santis de N. *Marketing the EU brand: where Europe has fallen short* [Электронный ресурс]. *Campaign Magazine* [сайт]. 21.05.2014. URL: <https://goo.gl/IUSWWQ>
73. Sinne K. *Communication: Mass Political Behavior*. *Political Communication Issues and Strategies for Research: Vol.4* / Ed.: S. H. Chaffee. Beverly Hills, Calif.: Sage Publications, 1975. 319 p.

74. Steinfield C., Salvaggio J. L. Toward a definition of the information society [Текст]. *The Information Society: Economic, Social and Structural Issues*. NJ.: Hillsdale, 1989. 120 p.

75. The EU Through the Eyes of the Asia-Pacific: Public Perceptions and Media Representations. NCRE Research Series No. 4 [Электронный ресурс]. *The University of Pittsburgh* [сайт]. 23.05.2009. URL: <https://goo.gl/foYB9D>

76. Valentini Ch., Nesti G. Public Communication in the European Union: History, Perspectives and Challenges [Электронный ресурс]. *Academia.edu* [сайт]. 2010. URL: <https://goo.gl/bMxNJ7>

77. Zeitzoff T. Does social media influence conflict? Evidence from the 2012 Gaza Conflict *Journal of Conflict Resolution*. 2016.

ДОДАТКИ

Додаток А

Основні групи комунікацій

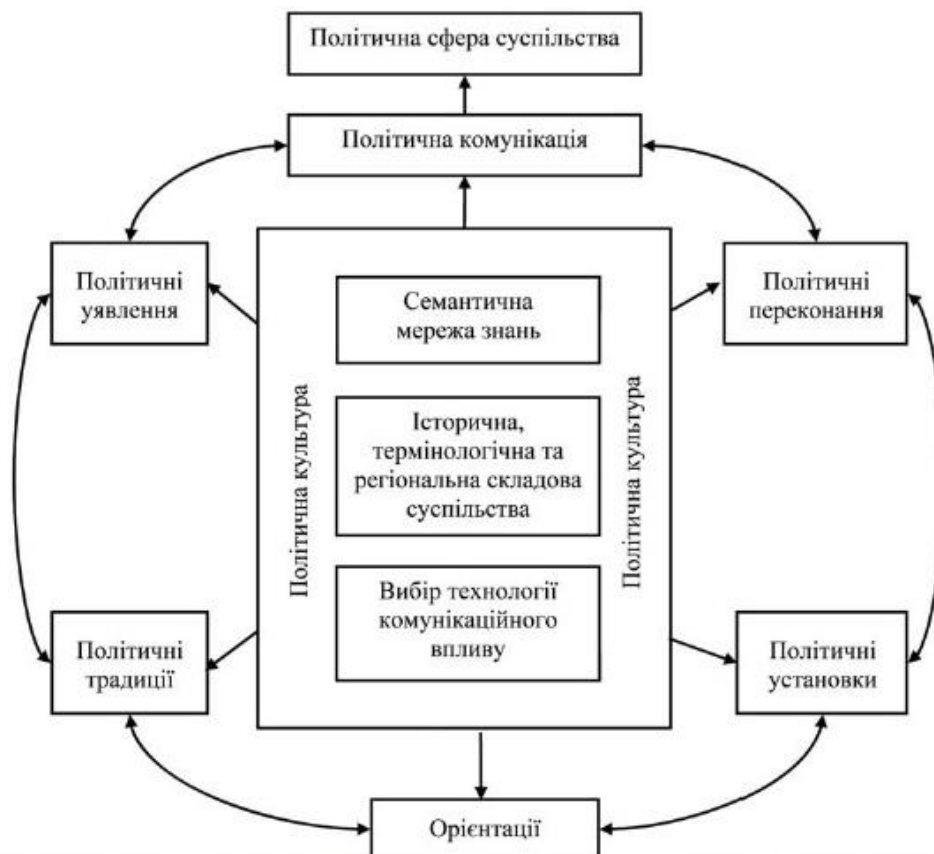


Основні види комунікацій



Додаток Б

Політико-комунікаційні впливи на суспільство



Модель передачі та розповсюдження політичної інформації

