

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

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ  
Завідувач випускної кафедри  
\_\_\_\_\_ Н. Ф. Ржевська  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2021 р.

**ДИПЛОМНА РОБОТА**  
ВИПУСКНИКА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ МАГІСТРА  
СПЕЦІАЛЬНОСТІ 291 «МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ,  
СУСПІЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ ТА РЕГІОНАЛЬНІ СТУДІЇ»  
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ  
«МІЖНАРОДНА ІНФОРМАЦІЯ»

**Тема: «ЦИФРОВА ДИПЛОМАТІЯ ЯК МЕХАНІЗМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ  
ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ У СФЕРІ ЗОВНІШНЬОЇ ПОЛІТИКИ»**

Виконавець: студентка 2 курсу, 208 М групи, Батюкова Наталія Олександрівна

Керівник: доктор політичних наук, завідувач кафедри міжнародних відносин,  
інформації та регіональних студій Ржевська Ніна Федорівна

Нормконтролер

\_\_\_\_\_  
(підпис)

В. Ємець

КИЇВ 2021

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЦИФРОВОЇ ДИПЛОМАТІЇ.....	5
1.1. Поняття цифрової дипломатії в контексті теорії міжнародних відносин.....	5
1.2. Історія виникнення та розвитку цифрової дипломатії.....	15
РОЗДІЛ 2. РОЛЬ ЦИФРОВОЇ ДИПЛОМАТІЇ У ВЕДЕННІ ЗОВНІШНІХ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН ДЕРЖАВИ.....	27
2.1. Цифрова дипломатія як основоположна стратегія зовнішньополітичної діяльності США на сучасному етапі.....	27
2.2. Проблемні аспекти функціонування цифрової дипломатії в Україні...	47
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ МЕДІЙНОГО ТА СОЦІАЛЬНОГО НАПРЯМУ В ЦИФРОВІЙ ДИПЛОМАТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ДЕРЖАВ.....	62
3.1. Шляхи вирішення проблеми гальмування розвитку цифрової дипломатії в Україні.....	62
3.2. Прогнози використання медіа- та соціальної дипломатії в українській дипломатії на міжнародній арені.....	72
ВИСНОВКИ.....	76
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	79
ДОДАТКИ.....	93

## ВСТУП

На сучасному етапі глобалізації, коли формується багатополярна система світового порядку, спостерігається ускладнення міжнародних відносин. Отримувати достовірну інформацію про події у світі комплексно та своєчасно, вміти оцінювати чиюсь думку та аргументувати власну позицію є обов'язковими умовами успіху дипломатичної діяльності.

Нині учасники міжнародних відносин зіштовхуються з новими сучасними викликами, коли необхідно розширювати інформаційну впливовість на міжнародній арені, поглиблювати позитивний імідж держави для реалізації її національних інтересів. Саме тому Інтернет – це новий майданчик для забезпечення завдань публічної дипломатії, що виступає своєрідним простором для міжкультурної комунікації, а соціальні мережі стають своєрідними дипломатами-посередниками. Звідси походить нове явище в галузі міжнародних відносин, якими є соціальна та медіа дипломатія.

Саме тому, **актуальність** дипломної роботи полягає в недостатній науковій обґрунтованості та розробці механізмів упровадження цифрової дипломатії органами державної влади в аспекті міжнародних відносин.

**Метою роботи** є з'ясування ролі медіа дипломатії та соціальних мереж у зовнішньополітичних стратегіях держави.

Досягнення мети можливе завдяки реалізації наступних **завдань**:

- визначити та проаналізувати зв'язки та взаємозалежність між медіа та дипломатією;
- встановити особливості впливу соціальної дипломатії на зовнішньополітичну діяльність держави;
- означити критерії та провести порівняльний аналіз між соціальною та медійною дипломатією;
- дослідити спільні концептуальні основи витоків медіа та соціальної дипломатії;

- виділити та охарактеризувати проблемні аспекти діяльності цифрової дипломатії в Україні на сучасному етапі;
- сформулювати основні завдання, що полягають перед соціальною та медіа дипломатією у міжнародних відносинах;
- дати прогностичну оцінку щодо розвитку соціальної та медіа дипломатії як інструменту ведення дипломатичної діяльності.

**Об'єктом дослідження** є цифрова дипломатія в міжнародних відносинах.

**Предметом** – успішний досвід застосування медійної та соціальної дипломатії в зовнішньополітичній діяльності держави (на прикладі США).

**Методи дослідження.** Для вирішення окреслених завдань та досягнення мети в роботі були використані такі методи, як SWOT-аналіз, контент-аналіз, порівняльний метод, прогнозування (щодо можливого розвитку та застосування медійної та соціальної дипломатії в Україні).

**Практичні результати дослідження.** Результати дипломної роботи було апробовано під час виступів на наукових та науково-практичних конференціях, особливих статтях та тезах на теми: «Media diplomacy: history and prospects», «Твіттер-дипломатія як основоположна стратегія зовнішньополітичного вектору Дональда Трампа», «Медіа дипломатія: історія та перспективи застосування в зовнішньополітичній діяльності держави».

**Структура роботи.** Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку інформаційних джерел.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЦИФРОВОЇ ДИПЛОМАТІЇ

### 1.1. Поняття цифрової дипломатії в контексті теорії міжнародних відносин

З розвитком інформаційно-комунікаційних технологій спостерігається стрімкий перехід від традиційних засобів ведення дипломатії до новітніх методів, пов'язаних із використанням інтернет-мережі як потужної платформи для просування власних національних інтересів держави. Концепція цифрової дипломатії включає активне використання нових медіа, соціальних медіа, блогів та медійної дипломатії. Цифрова дипломатія бере свої витоки з розширення публічної дипломатії, але в іншій площині функціонування, в глобально-інформаційному світі мережі Інтернет.

Публічну дипломатію можна поділити на традиційну та новітню або, як її називають, цифрову дипломатію (digital diplomacy). Поряд із терміном «цифрова дипломатія» використовують такі взаємозамінні терміни як «кібердипломатія» (cyber diplomacy), «нет-дипломатія» (net diplomacy), дипломатію цифрових ЗМІ (digital media diplomacy), віртуальна (virtual diplomacy) та електронна дипломатія (e-diplomacy). Окремо дані терміни зустрічаються в різних країнах для позначення ефективного використання інформаційно-комунікаційних технологій в аспекті зовнішніх зносин. Так, у Великій Британії – це електронна дипломатія, у ФРН – цифрова дипломатія, у Канаді – кібер-дипломатія, а в США такий феномен називають мережевою дипломатією [21].

Інститут миру США пропонує називати дипломатію XXI ст. віртуальною. Тож, віртуальна дипломатія визначається як така, що викликає у індивіда асоціативний ряд, пов'язаний із стрімким розвитком інформаційно-комунікаційних технологій. У вузькому сенсі – віртуальна дипломатія охоплює такі аспекти як прийняття рішень, координація, комунікація та

практика міжнародних відносин, що здійснюються за допомогою інформаційних та комунікаційних технологій [92].

Отже, з переліченого вище можна зробити висновок, що одне і те саме явище має одночасно кілька назв у різних країнах. Однак, на нинішньому етапі, лише комплексний підхід застосування інструментів концепції цифрової дипломатії надає найбільш ефективний результат для реалізації комунікативної функції між урядами країн та громадського суспільства не тільки в інформаційному середовищі країни, а й поза її межами.

До етапу стрімкого застосування цифрової дипломатії в зовнішньополітичній діяльності міжнародні актори часто використовували публічну дипломатію, що забезпечувала всі основні аспекти міжнародних відносин щодо діяльності держави на міжнародній арені. Серед них можна окремо виділити:

- ведення інформаційно-комунікаційної пропаганди за допомогою таких засобів, як телебачення та радіомовлення для забезпечення впливу держави за її територіальними межами;
- навчання окремих соціально-професійних груп населення з метою формування лояльної еліти;
- поширення політичної культури за допомогою виставкової діяльності, кіно і т. д [79].

Однак, в умовах сучасного стрімкого технологічного розвитку дані завдання можна виконувати значно ефективніше та швидше за допомогою Інтернету. Поширення даної мережі зробило можливим вплив на зарубіжну цільову аудиторію за допомогою наступних методів:

- розміщення радіо і телепередач в мережі Інтернет;
- розповсюдження літератури про власну державу в цифровому форматі;
- моніторинг дискусій в блог-просторі зарубіжних країн;
- створення персоніфікованих сторінок членів уряду в соціальних мережах, а також розсилка інформації через мобільні телефони [91].

Необхідність потреби у визначенні терміну «цифрова дипломатія» виникла в площині міжнародних відносин в постбіполярному світі й пов'язана з низкою факторів, зокрема:

- збільшення інформаційних потоків;
- включення комунікації дипломатичної сфери в глобальний контекст мережевої взаємодії;
- використання нових каналів, інструментів комунікації та інтенсивності її протікання, а також поява нових видів впливу на аудиторію в практиці дипломатії [90].

За даний період стрімкого розвитку інформаційно-комунікаційних технологій були зроблені численні спроби охарактеризувати поняття «цифрової дипломатії». Серед сучасних науковців в Україні питання цифрової дипломатії в своїх роботах розглядали такі дослідники, як Я. Турчин, Д. Гайдай, Б. Гуменюк, Л. Літра, Ю. Кононенко, Ю. Фальке, О. Сагайдак. Здебільшого, вчені займалися розробкою найменувань та визначень дипломатії, яка використовує ІКТ, зокрема Інтернет, як один з робочих інструментів. Серед іноземних дослідників, питанням цифрової дипломатії займаються Ф. Хансон, Г. Гербнер, Дж. Грюниг, Л. Пай [2].

На нинішньому етапі дипломатія з елементами використання інформаційно-комунікаційних технологій та інтернету має декілька значень. Здебільшого її називають:

- електронною дипломатією;
- цифровою дипломатією;
- дипломатія 2.0;
- Twitter-дипломатія;
- е-дипломатія [100, с. 50].

Найчастіше можна зустріти поняття «електронної дипломатії», яке тісно взаємопов'язане з працею Ф. Хансона. Дослідження включає дві основні праці «Революція та Держдепартамент: розповсюдження е-дипломатії» та «Свіжоспечений та відправлений: е-дипломатія та Держдепартамент», що

були опубліковані з проміжком у півроку [101]. Ф. Хансон визначає цифрову дипломатію як використання масових інформаційних комунікаційних технологій для досягнення дипломатичних цілей. Ф. Хансон зумовив цифрову дипломатію як ймовірність застосування онлайн аспекту та інших інформаційно-комунікаційних технологій для досягнення і лобювання зовнішньополітичних цілей і інтересів країни. Більше такого, він підкреслив 8 пріоритетних напрямків роботи віртуальної дипломатії:

- управління знаннями та інформації ;
- громадська дипломатія;
- управління інформацією;
- консульська допомога;
- реагування в надзвичайних ситуаціях;
- свобода інтернету;
- зовнішні ресурси;
- політичне планування.

При цьому він відзначає низку напрямів цифрової дипломатії: управління знаннями, управління інформацією, консульський зв'язок і реагування, свобода інтернет тощо [101, с. 23].

На думку дослідника Д. Льюїса інформаційно-комунікаційні технології, а особливо Інтернет, впливають на хід розвитку міжнародних відносин. Він вважає, що для спілкування в інформаційному суспільстві цифрова дипломатія використовує віртуальні інструменти МК у публічному управлінні. Д. Льюїс зазначає, що кількість суб'єктів, які залучені до світових процесів збільшується при вирішенні важливих політичних рішень. Даний процес є обернено пропорційним ролі держави як вагомого актора у контролі політичних рішень. При чому інтернет в даному випадку є каталізатором розповсюдження як точної, так і фейкової інформації про подію, а також дає можливість ефективно й швидко надавати традиційні дипломатичні послуги як власним громадянам і уряду, так і за кордоном.



На думку А. Фішера, перевага соціальних мереж полягає в тому, що вони дають можливість охопити громадян інших країн в режимі реального часу. При цьому соціальні мережі – ключовий канал для охоплення свідомості молоді, що є однією з основних цілей у сфері публічної дипломатії. Цього погляду дотримується і американський політолог Е. Поттер. Цифрову дипломатію він розглядає як інструмент МК, який забезпечує цілеспрямовану взаємодію з громадськістю в публічному управлінні. Аналіз публікацій за проблематикою дає підстави зробити висновок, що цифрові технології МК виводять публічну дипломатію на новий рівень – цифрову дипломатію як інноваційний спосіб ведення дипломатичної діяльності. Все це зумовлює актуальність тематики дослідження.

Проблемою визначення цифрової дипломатії займалися і вітчизняні вчені. Наприклад, дослідник А. Пантелєєв делегує концепцією "інноваційної дипломатії", яка є інструментом зовнішнього впливу країни, спрямованим на розвиток громадської думки шляхом використання сучасних інформаційних та комунікаційних технологій. Ще один вчений Л. Пермяков використовує термін «цифрова дипломатія», однак зазначає, що однією з основних характеристик країн, що живуть в інформаційному просторі, є обов'язковий відкритий спосіб подання інформації. Але якщо цей простір не буде наповнений об'єктивною інформацією, його заповнять інші учасники світових відносин, що негативно позначиться на реалізації зовнішньополітичних цілей [82].

Нині найбільш популярними складовими системи цифрової дипломатії є соціальні мережі, які активно використовуються не тільки в розрізі суб'єктивних цілей на особистісному рівні, але і на міжнародному. Більшість дослідників та вчених називають соціальні мережі ефективним механізмом впровадження «м'якої сили». Такий термін був введений в американську політику політолог Дж. Най, який характеризує його як мистецтво непримусового переконання, де основним інструментом м'якої сили є

міжнародне співробітництво в сферах науки, інформації, освіти та інноваційних проєктів [43].

Соціальні мережі стали не тільки інформаційно-комунікаційною платформою для розміщення розважального та інформативного контенту для цільової аудиторії, але й інструментом політичної влади. Дослідниця А. А. Козирьова виділяє основні причини стрімкого розвитку соціальних мереж в розрізі дипломатії та політики:

1. Оскільки соціальні мережі – є продуктом масового використання, то політичним діячам вдається легко поширювати інформацію, яка сприяє просуванню національним інтересам держави. Все це відбувається завдяки великій кількості цільової аудиторії, яка користується соціальними мережами, легкості у її використанні, доступності, мобільності та швидкості розповсюдження інформації.

2. Основна складова аудиторії соціальних мереж складається з молоді, яка є важливим сегментом радикальності, активності в різних сферах, в тому числі і в політиці.

3. Соціальні мережі дають фантомні відчуття кожному користувачеві бути залученим в світові процеси та бути в центрі подій «тут і зараз» за допомогою онлайн-технологій. Вони можуть напряму звернутися до політичних діячів або дипломатичних представництв в їх офіційних аккаунтах в соціальних мережах із своїми ідеями, протестами або скаргами. Саме тому на даних платформах дуже часто вирішуються соціально-значимі проблеми суспільства [32].

Важливо також відмітити певну трансформацію з традиційних засобів ведення дипломатичних відносин в диджиталізований аспект з використанням інструментів нових медіа та соціальних мереж. До етапу розвитку інформаційно-комунікаційних технологій інститут дипломатії був відносно закритим та обмежувався вузьким колом носіїв інформації. Однак після стрімких глобалізаційних процесів суспільства дипломати з усього світу усвідомили потребу взаємодіяти з громадою через такі засоби комунікації, як:

ЗМІ, соціальні мережі та нові медіа. В аспекті цифрової дипломатії досить активно використовується медійна площина, що має вплив на подальший характер комунікації.

Саме використання медіа платформ надає змогу проводити паралелі між дискурсом електронної дипломатії і дискурсом ЗМІ. Таким чином, дискурсивні простори віртуальної дипломатії та засобів масової інформації можуть перетинатися, адже це зумовлено фактом посилення журналістами у офіційні дипломатичні джерела при висвітленні подій в площині міжнародних відносин.

Такий канал, як ЗМІ вченими досить довго класифікувався як метод ведення публічної дипломатії у сфері міжнародних відносин, спрямовану на дискредитацію та пропаганду своїх зовнішньополітичних опонентів. Вкрай важливим є факт реалізації цифрової дипломатії не тільки в медійному просторі, але і в медійній площині Web 2.0, яка зумовлює основні особливості дипломатичного дискурсу в мережі «Інтернет» [89, с. 10].

Після розвитку та глобального поширення Всесвітньої павутини з'явилися нові майданчики та платформи ведення дипломатичної діяльності на міжнародній арені, з'явилися нові інструменти цифрової дипломатії і відповідно змінився статус комунікантів. Різноманіття такої нової комунікативної практики свідчить про націленість на різні соціальні групи населення і про зростаючу роль цифрової дипломатії в повсякденному суспільному житті.

На сучасному етапі можна виділити декілька сегментів функціонування цифрової дипломатії:

1. Міжурядова дипломатія (G2G), що має на меті забезпечити комунікацію між урядами двох або більше держав.
2. Взаємодія уряду та закордонної цільової аудиторії (G2F).
3. Міжнародна взаємодія недержавних організацій та громадян з іноземною спільнотою – N2F.

4. C2F – передбачає забезпечення комунікативної функції недержавних організацій іноземців з громадянами іноземцями [80].

Важливо також відмітити гнучкість цифрової дипломатії та прагнення представників держави до креативності та створення нових інструментів забезпечення зовнішньополітичної діяльності в онлайн-секторі.

Дипломати, які керуються прагненням до новаторства та креативності, здатні не тільки до системних комплексних змін в професійній діяльності, але і до ефективного розвитку інструментів комунікації з громадянським суспільством. Такі дипломати нового покоління характеризуються арсеналом застосування креативності та потенціалу в симбіозі з відчуттям відповідальності за просування національних інтересів власної держави на міжнародній арені, тим самим розвиваючим інформаційно-комунікаційний вектор країни.

Незважаючи на яскраво виражені позитивні аспекти активного використання цифрової дипломатії в міжнародних відносинах, вона має також латентні недоліки. Серед них можна виділити пропагандистські та маніпулятивні функції, які часто застосовуються в комплексному підході разом із комунікативною, інформативною та презентативною функціями м'якої сили. Відомий американський політолог, дослідник, політичний діяч та професор Массачусетського технологічного інституту виділяє такі основні методи засоби масової маніпуляції в контексті цифрової дипломатії:

- Стратегія відволікання уваги, яка базується на відверненні уваги від важливих соціально-економічних та політичних проблемах з метою зменшення інтересу громадським суспільством дійсно важливих питань;
- Метод «проблема-реакція-рішення», що полягає у створенні проблеми для того, щоб соціум сам запропонував її рішення, вигідне із зовнішньополітичних міркувань владі;
- Поступова стратегія прийняття, які за ланцюговою реакцією викликають події, які вигідні зацікавленим міжнародним акторам;
- Дезінформація та викривлення даних;

- Навмисне поширення фейкової інформації [16].

Саме тому варто зацентувати увагу на тому, що такі засоби масовою маніпуляцією свідомістю негативно сприймається європейською громадою, концептуальні засади якої базується на цінностях захисту прав і свободи людини. Образ дипломата, який виконує презентативні функції своєї держави, повинен позитивно сприйматися європейською аудиторією, що прямопорочійно пов'язаний із образом держави. Створення такого явища можливе за допомогою використання у соціальних мережах постів та коментарів з вираженою позитивною конотацією.

З організаційної точки зору вплив ініціатора в традиційних засобах ведення дипломатичної діяльності є вертикальним, тобто один адресат (Міністерство закордонних справ, дипломат) колективно поширює інформацію до великої кількості адресатів, виключаючи можливість зворотного зв'язку. В цифровій дипломатії спостерігається трохи інший горизонтальний процес, коли у віртуальному просторі обмін інформації відбувається рівноправно між всіма учасниками, що допомагає пропаганді в процесі формування міжнародної політики. Таким чином, цифрова дипломатія стає ключовим та дієвим інструментом так званої «м'якої сили», коли уряд використовує свою політичну привабливість та авторитет у розвитку міжнародного діалогу та співпраці для досягнення очікуваних результатів у зовнішніх відносинах [94].

Основним завданням радників з цифрової дипломатії є формування необхідної обізнаності щодо зовнішньої політики та іміджу країни, зокрема шляхом інформування цільової аудиторії та коментування заходів щодо досягнення національних інтересів та захисту прав і свобод громадян за кордоном. Стратегія цифрової дипломатії, спрямована на вплив на громадську думку та маси, тісно пов'язана зі сферою стратегічної комунікації. Цифрова дипломатія стала дієвим інструментом для уряду негайного реагування на політичні виклики ситуації та міжнародної спільноти, просування стратегічних інтересів країни в інформаційному середовищі, в якому вона діє.

Також доцільно виділити своєрідні критерії, що сприяють популяризації на міжнародній арені цифрової дипломатії, а саме:

- відкритість для масового споживання;
- доступність нових технічних засобів, що обумовлюють наявність публічного контакту з необмеженим колом споживачів;
- комунікативна спрямованість;
- односпрямованість взаємодії від адресанта до адресата, неможливість зміни їх ролей;
- потреба викликати інтерес у аудиторії і привернути нових потенційних слухачів, глядачів і читачів [85, с. 2].

Отже, трансформація традиційних засобів ведення дипломатичної діяльності в онлайн-сектор, а також перехід зовнішньополітичних діячів в цифрову комунікативну площину, формує віртуальний дискурс дипломатії, який за аналогією медіадискурсу можна трактувати також і як потужний інструмент культури медіапропаганди. Віртуальний простір цифрової дипломатії не завжди відображає всі реалії зовнішньополітичної діяльності держави. Варто також зазначити, що цифрова дипломатія – це комплексний багатофункціональний механізм, що за допомогою онлайн-інструментів створює в собі інтеграцію різних способів подачі контенту на інформаційних ресурсах у вигляді друкованого тексту, аудіо/ аудіовізуальних матеріалів (фото, відео, графіки, малюнки). Однак варто зазначити, що основоположним елементом цифрової дипломатії в сфері комунікативного простору, є текстовий формат. У цьому випадку текстове повідомлення розглядається з точки зору соціального конструктивізму, як напрямок передбачається, що текст є результатом практичної діяльності в певній галузі. В умовах стрімкого розвитку засобів ведення зовнішньополітичної діяльності в онлайн-площині найбільш близькими до цифрової дипломатії за структурою комунікативно-текстового простору є електронні ЗМІ, які ще донедавна виступали основним «голосом» зовнішньої політики у глобальній мережі.

## 1.2. Історія виникнення та розвитку цифрової дипломатії

Стрімке використання інтернету та засобів ІКТ зумовлене технологічним процесом розвитку суспільства, що відображається у всіх сферах діяльності соціуму, в тому числі і політичній. Таким чином глобалізація та диджиталізація внесли величезний внесок у своєрідному переході від традиційної дипломатії до віртуальної.

Сама система цифрової дипломатії сформувалась відносно нещодавно. Термін "цифрова дипломатія" спочатку відносився до державної політики США, заснованої на цифрових технологіях (також часто використовуються терміни "Інтернет -дипломатія", "дипломатія в соціальних медіа" та "дипломатія Web 2.0"). Концепція цифрової дипломатії передбачається активним використанням таких засобів для ведення інформаційно-комунікаційної політики та просування національних інтересів держави, як: використання соціальних мереж, блогів, форумів, сайтів та інших медіа-платформ [78, с. 3].

Історія цифрової дипломатії бере свої витоки в США, починаючи з 1996 року. Саме в цей час було створено інформаційне агентство США – ЮСІА (USIA, United States Information Agency), яке сформувало перший інтернет-журнал Washington Files. Одним із перших етапів розвитку цифрової дипломатії можна вважати розміщення електронних файлів та матеріалів на офіційних сайтах дипломатичних представництв Сполучених Штатів. Через деякий час дані матеріали почали об'єднуватися в Електронні журнали Уряду США [107].

З 1 жовтня 1999 року відповідно до закону 1998 про реформування і структурну перебудову організацій, що займаються питаннями міжнародної політики, до функцій Державного департаменту додалися функції ліквідованого на той час Інформаційного агентства США (USIA). Зокрема, функції інформування громадян США про діяльність зовнішньополітичного відомства держави, роз'яснення цілей та завдань зовнішньої політики та

організації зворотного зв'язку від громадян до творців політики були передані Бюро громадських справ Державного департаменту США (US Department of State's Bureau of Public Affairs) [84, с. 5].

Серед основних шляхів, якими Бюро виконує свої функції, є:

- стратегічне й тактичне планування шляхів просування пріоритетних цілей зовнішньої політики США;
- проведення брифінгів для представників місцевих та іноземних ЗМІ;
- проведення медіа-заходів, надаючи американським громадянам незалежно від їх місцезнаходження можливість безпосередньо дізнаватись позицію ключових посадовців Держдепартаменту за допомогою інтерв'ю у місцевих, регіональних та національних засобах масової інформації;
- відповіді на питання від населення щодо поточних проблем зовнішньої політики за телефоном, електронною поштою або листуванням;
- підготовка зустрічей з місцевими громадами для обговорення зовнішньої політики США та роз'яснення її ролі для всього населення країни;
- створення та поширення аудіовізуальної продукції та послуг у США і за кордоном для громадськості, засобів масової інформації, Державного секретаря та підрозділів Держдепартаменту США;
- підтримка веб-сайтів Державного департаменту США;
- підготовка історичних досліджень американської дипломатії та проблем міжнародних відносин [97, с. 7].

Станом на 2021 рік, в структурі Державного департаменту США функціонують 25 відділень ініціативи цифрової дипломатії. Частина з них акцентують свою увагу на дослідженні актуальних проблем функціонування цифрової дипломатії на державного рівні, робота ж інших, наприклад, регіональних бюро, полягає у адаптації її механізмів до сучасних реалій ведення зовнішньополітичної діяльності країни [5].

На початку 2001 року у Вашингтоні відбулася міжнародна конференція «Інтернет-дипломатія-2001». Основне завдання даної конференції полягало у



вирішенні питання ролі нових інформаційно-комунікаційних технологій, що має на меті забезпечити США світове лідерство в аспекті зовнішньої політики на міжнародній арені. Це спричинило появу у суспільства асоціативного ряду, що термін «цифрова дипломатія» притаманний лише публічній політиці Сполучених Штатів Америки, яка базувалась на концептуальних засадах віртуальних інформаційно-комунікаційних технологій. Американський уряд визначив цифрову дипломатію як використання соціальних мереж в дипломатичній практиці для забезпечення взаємодії дипломатів США із іноземними користувачами Всесвітньої павутини [4].

Згодом цифрову дипломатію взяли на озброєння дипломатичні відомства провідних країн світу, що викликало підвищену увагу до цього явища з боку науковців.

Інтенсивний розвиток цифрової дипломатії відзначається активною діяльністю тогочасного президента США Дж. Буша молодшого у 2002-2003 роках, яка ознаменувалась переходом радіо- та телемовлення в онлайн-режим.

Саме в цей час було оголошено про запуск офіційного блогу Державного департаменту США, ініційований колишнім державним секретарем Кондолізом Райзом. Також вона відкрила урядовий портал і декілька цифрових журналів. Тоді і розпочалося активне використання блогів, соціальних мереж, нових медіа та урядових порталів в онлайн-площині з метою поширення інформації серед населення, покращення іміджу держави, впровадження ефективних стратегічних комунікацій для охоплення потенційної цільової аудиторії за межами країни. Зовсім скоро це стало не тільки загальнонаціональним вектором публічної дипломатії США, але і заклало підґрунтя для розвитку концептуальних засад цифрової дипломатії у світі [102, с. 5].

У 2004 році було створено новий віртуальний сервіс пошуку по внутрішніх баз даних "Search State" для державних органів США. У 2005 році була створена корпоративна платформа тематичних блогів "Communities State", що складалася близько із 70 віртуальних форумів, де співробітники

обговорюють ключові питання адміністрування, політики з можливістю створення на даній платформі індивідуальних блогів [10].

Вже у 2006 році тогочасний уряд та політики США, зрозумівши важливість впливу цифрової дипломатії на розвиток внутрішньо- та зовнішньополітичних відносин, створили Групу цифрової взаємодії ініційованою державним секретарем Кондолізом Райсом. Завдання даної організації полягало у вивченні інформації, яка публікується в соціальних мережах, її моніторинг та перевірка на дезінформацію. Тоді ж оголошений запуск першого офіційного блогу Держдепартаменту, відкритий урядовий портал і кілька електронних журналів [95].

У 2007 році були сформовані концептуальні засади «розумної влади» Дж. Бушем молодшим, які базувалися на принципах своєрідного симбіозу жорсткої сили методами військового, економічного, політичного втручання та «м'якої влади» для забезпечення національних інтересів держави. Дана система переосмислює засоби ведення дипломатії, не заперечує важливість та ефективність жорсткої сили, однак демонструє необхідність не просувати імідж та бренд США як потужного міжнародного актора в країнах, де це неможливо. Не можна сказати, що ця концепція радикально змінює стратегію публічної дипломатії або зовнішню політику США в цілому. Однак вона передбачає нові способи реалізації публічної дипломатії, серед яких найважливіше місце займають мережеві контакти, форуми та Інтернет-телебачення. Крім того, дана система передбачає і нові регіональні пріоритети в публічній дипломатії США – це поворот у бік таких країн, як Індія і Китай [19].

Дипломатичною платформою для комунікацій між співробітниками із залученням іноземців є створений Держдепартаментом США у 2007 році блог “DipNote”. Платформа сприяє обговоренню в США публічної дипломатії. Частиною філософії даного порталу є цілеспрямований збір позитивних та негативних відгуків учасників дискусій та подальший їх аналіз з метою оцінювання ставлення до США іноземної публіки [99].

Незабаром була прийнята реформа після підписання документу Державного департаменту Сполучених Штатів Америки про «Державність XXI ст.», який був інтегрований у відкритому онлайн-форумі “The Sounding Board”. Саме на цьому інформаційному порталі службоці Державного департаменту США мали змогу обговорювати та висувати проекти із впровадження інноваційних технологій у засіб ведення дипломатичної діяльності з можливістю отримати подальше фінансування інвесторів із спонсорського фонду “IT Innovation Fund” (далі ITIF). Заснована в 2006 році, ITIF є незалежним, неприбутковим, безпартійним дослідницьким та освітнім інститутом – аналітичним центром. Його місія полягає у формулюванні, оцінці та просуванні політичних рішень, які прискорюють інновації та підвищують продуктивність, щоб стимулювати зростання, можливості та прогрес. Мета ITIF – надати політикам у всьому світі високоякісну інформацію, аналіз та рекомендації, яким вони можуть довіряти. З цією метою ITIF дотримується високих стандартів цілісності досліджень із внутрішнім кодексом етики, заснованим на аналітичній строгості, оригінальному мисленні, політичному прагматизмі та незалежності від зовнішнього керівництва [15].

ITIF зосереджується на низці важливих питань на стику технологічних інновацій та державної політики, включаючи економічні питання, пов'язані з інноваціями, продуктивністю та конкурентоспроможністю; технологічні проблеми в сферах інформаційних технологій та даних, широкосмугових телекомунікацій, передового виробництва, наук про життя, сільськогосподарської біотехнології та чистої енергії; і загальні інструменти політики, пов'язані з державними інвестиціями, регулюванням, податками та торгівлею. Дана платформа бере участь у політичних дискусіях прямо чи опосередковано, представляючи політикам та впливовим особам переконливі дані, аналіз, аргументи та пропозиції щодо просування ефективної інноваційної політики та протидії контрпродуктивній [98]. Поточні дослідницькі програми та освітні заходи включають:

1) встановлення політичного порядку денного щодо технологій, інновацій та глобальної конкуренції шляхом створення оригінальних дослідницьких звітів та аналітичних коментарів;

2) формування громадського обговорення шляхом організації заходів, даючи виступи і презентації, виступаючи в якості експертів - аналітиків випуску в новинних ЗМІ ;

3) консультування політиків через пряму взаємодію у Вашингтоні, округ Колумбія, та інших державних, національних та регіональних столицях по всьому світу – оскільки аналітики ІТІФ останніми роками їздили на форуми щодо вироблення ефективного політичного вектору у більш ніж трьох десятках міст на п'яти континентах.

Завдяки силі та впливу цієї роботи Університет Пенсільванії визнав ІТІФ аналітичним центром, який встановив глобальний стандарт передового досвіду в галузі науково-технічної політики, а також одним із 40 найкращих аналітичних центрів США загалом [92].

Надалі основними кроками Сполучених Штатів Америки у розвитку віртуальної дипломатії стала розробка стратегічної концепції для подальшого втілення науково-дослідницьких з практичним характером пілотних проєктів, що присвячені ролі вивчення інформаційно-комунікаційних технологій в аспекті ведення зовнішньополітичної діяльності. Таким чином, йде мова про науково-дослідний центр в Гарвардському університеті та інституті Джорджа Буша в Техасі, де багато уваги було акцентовано на виробленні віртуального простору як середовища для стратегічної боротьби за зовнішньополітичний вплив в міжнародних відносинах . Пізніше до таких розробок було залучено військово оборонне відомство Пентагон [52].

На порядку денному в площині цифрової дипломатії виходять нові медіа та інформаційно-комунікаційні технології, які представляють із себе функціональну систему. Цифрова дипломатія стала все більш діалогічною, що має на меті підтримку зворотнього зв'язку з цільовою аудиторією. Актуальним проблемним питанням постає розробка спеціального програмного

забезпечення та сервісних програм в галузі цифрової дипломатії, що здійснюватимуть оцінку та аналіз дипломатичного дискурсу в режимі реального часу.

Ідейний натхненник віртуальної дипломатії, що одночасно є директором політичного планування Державного департаменту Сполучених Штатів Америки, А. Слотер, підкреслювала важливість дискурсу цифрової дипломатії, тим самим наголошуючи на ряді функцій держави, які здійснюються в межах мережевої інтернет-комунікації. Оскільки дипломатія пов'язана з мережею бізнесу, то з'являється ризик виникнення таких негативних явищ, як екстремізм, тероризм. Саме тому суспільство починає вимагати мобілізації державних і приватних суб'єктів [9].

Значним проривом у розвиток обізнаності населення США про інноваційні технології в галузі дипломатії вносить онлайн-проект Диплопедія, що базується на інформаційній платформі Державного департаменту Сполучених Штатів Америки. Доступ до цієї платформи відкритий співробітникам Державного департаменту і відділу національного розвитку США. Такий інформаційний ресурс заснований на концептуальних принципах порталу Вікіпедія, коли база даних формується безпосередньо самим користувачами [53].

На головній сторінці бюро дипломатичної безпеки Сполучених Штатів Америки зазначено, що Диплопедія – це корпоративна вікі система державного департаменту США, що діє в інтернет-мережі відомства. Така мережа включає унікальну базу даних в аспекті дипломатії, міжнародних зносин для забезпечення цінного досвіду державного департаменту. В Диплопедії зазначено, що цифрова дипломатія може бути використана для успішного ведення зовнішньополітичної діяльності в інтернет-просторі за допомогою застосування доступу федеральних органів виконавчої влади Сполучених Штатів Америки, як на території держави, так і за її межами. Диплопедія також є в доступі розвідувальному співтовариству США та іншим

американським організаціям, які пов'язані із забезпечення внутрішньої національної безпеки держави [23].

На нинішньому етапі даний інформаційний ресурс налічує близько 15 тис. статей, що стосуються різних сфер ведення зовнішньополітичної діяльності в міжнародних відносинах. Можна зробити висновок, що Диплопедія – це відмінний інформаційний портал для отримання достовірних даних, які у разі потреби будуть миттєво поширені відповідними каналами масової комунікації.

Ефективна робота співробітників таких мереж дозволяє:

- надавати запит необхідної інформації та миттєво отримувати відповіді на необхідні запити;
- здійснювати обмін накопиченим досвідом, знаннями, актуальною інформацією та новинами;
- знаходити висококваліфікованих фахівців, що володіють досить специфічними знаннями та досвідом у вузьких галузях;
- об'єднуватися з однодумцями для вирішення проблемного питання в галузі міжнародних відносин, підтримувати взаємозв'язок за допомогою неформального спілкування в режимі реального часу.

Також додатково в концепції центральних управлінь Державного департаменту Сполучених Штатів Америки створено спеціальні служби, що мають на меті здійснювати підготовку кадрів та супроводжувати їх в процесі практичного використання цифрових інформаційно-комунікаційних технологій у віртуальній дипломатії. Такі систематичні тренінги проводить інститут зарубіжної служби, в якому успішно функціонує Hub of Social media. Він має на меті:

- консультування співробітників Державного департаменту Сполучених Штатів Америки щодо ключових питань роботи в соціальних мережах та нових медіа;
- вирішення виникаючих проблем, які, наприклад, пов'язані із зломом акаунтів та кібер-атак;

- підготовка своєчасної аналітики та статистики щодо поведінки користувачів соціальних мереж;
- моніторинг в режимі реального часу міжнародної інтернет-простору та реакції цільової аудиторії на подальші американські зовнішньополітичні кроки. Такий моніторинг здійснюється спеціальною групою по зв'язкам з громадськістю [18].

Також Державний департамент Сполучених Штатів щоквартально проводить різноманітні наукові конференції, під час яких її учасники мають змогу обговорити шляхи розвитку та вдосконалення ведення зовнішньополітичної діяльності за допомогою інноваційних методів. В таких наукових конференціях беруть участь дипломати, громадські діячі, технічні спеціалісти, науковці та політичні діячі. Таким чином, Держдеп опрацьовує нові перспективи інтернет-проекти, що мають потенціал в цифровій дипломатії.

На початку вересня 2010 року Державний департамент Сполучених Штатів Америки розробив документ «Стратегічний план розвитку інформаційних технологій у 2011-му 2013- роках». В даному документі йшла мова про розвиток цифрової дипломатії, конкретизувалися та уточнювалися вектори цифрової дипломатії в контексті реалізації зовнішньополітичних пріоритетів Сполучених Штатів Америки [65].

Засоби цифрової дипломатії активно застосовувалися в 2011 році під час Арабської весни. Саме за допомогою соціальних мереж були спровоковані масові протести проти політичної системи в численних арабських країнах, які призвели до зміни політичних режимів та дестабілізації стану держави.

Справжній переворот в підході використання цифрової дипломатії спричинив 45 президент США Дональд Трамп. Саме він переосмислив важливість соціальних мереж для просування власних цілей та національних інтересів держави. 2008 року він зареєструвався на платформі Twitter, що ознаменувало початок нової ери електронної дипломатії в контексті виникнення нового її напрямку – Twitter-дипломатії.

Ставши президентом, політик Дональд Трамп відмовився публікувати матеріали в офіційному акаунті Білого Дому, натомість почав активно просувати та використовувати свій особистий. Таким чином, в інтернет-середовищі він змінив площину сприйняття суб'єкта міжнародних відносин в цільової аудиторії від офіційних представників політичної складової влади держави, матеріали яких ретельно перевірялися спеціалістами, політтехнологами, піарниками та SMM до особистісного суб'єктивного лідера держави, який негайно ж ставав продуктивною складовою формування новин на міжнародній арені. Отже, така трансформація зумовлена важливістю для читача не позиції команди політтехнологів та політиків, які віддзеркалюють позицію держави у міжнародних відносинах, а позиція власне політичного діяча та його імідж серед аудиторії [6].

На нинішньому етапі, згідно з виданням «Світові лідери», опублікованим у 2019 році, впродовж 2018 року уряди і лідери 182 країн були офіційно присутні у фейсбуці, що становить 94% з 193 держав-членів ООН, це на сім країн більше, ніж у 2017 році. Уряди лише 11 країн не мають присутності в мережі «Фейсбук», серед яких Лаос, Мавританія, Нікарагуа, Північна Корея, Свазіленд і Туркменістан, а також низка тихоокеанських острівних держав [25].

Варто зазначити, що понад 188 лідерів держав і 88 міністрів закордонних мають офіційні акаунти в соціальній мережі Facebook. В загальному численність цільової аудиторії таких акаунтів набагато більша, ніж кількість підписників в соціальних мережах на відповідні державні установи. Прикладом може слугувати той факт, що з 1 березня 2018 року по 1 березня 2019 року на усіх сторінках світових лідерів у соціальній мережі Facebook було зареєстровано понад 345 мільйонів переглядів і зареєстровано 767 мільйонів взаємодій [54].

Технічне переозброєння та широке використання цифрових технологій сформували певні тенденції у використанні зовнішньополітичних стратегій, про що свідчать результати міжнародної консалтингової фірми Portland Digital



Diplomacy Research Center. Аналіз базується на порівняльному методі з використанням методу індексації «м'якої сили» більш ніж трьох десятків розвинених країн.

Порівнюється 6 субіндексів:

- цифрова складова;
- уряд;
- культура;
- глобальна взаємодія;
- освіта;
- підприємництво.

Субіндекс «цифровий компонент» відображає успіхи країн у використанні цифрових технологій та механізмів цифрової дипломатії через платформи соціальних мереж. Хоча Сполучені Штати посіли лише третє місце в комплексному рейтингу «м'якої сили» у 2017 році, поступившись Франції та Великобританії, ніхто не може перевершити Сполучені Штати за цифровим субіндексом 2017 чи 2018 років. Однак, враховуючи швидку динаміку цього показника, дослідники Центру цифрової дипломатії вважають, що незабаром можуть з'явитися інші цифрові лідери. Це пов'язано з тим, що США занадто концентруються на внутрішній політиці, пропускаючи перед собою близький Схід та Китай, які активно використовують та ефективно впроваджують інструменти «м'якої сили» при виробленні зовнішньополітичної стратегії держави [12].

Не випадково лідери різних країн і представники національних зовнішньополітичних інституцій отримали широку увагу через соціальні мережі та громадськість. Можливість безпосередньо спілкуватися з користувачами Інтернету та стежити за важливими дипломатичними дискусіями в режимі реального часу віддаляла сучасну дипломатію від традиційної моделі, коли вона в основному використовувалася для спілкування між главами держав. Іноземні послы раніше виступали перед громадськістю країни перебування через газети, книги та публічні виступи,

але завдяки сучасним Інтернет-технологіям вони можуть спілкуватися з громадськістю країни перебування в інтерактивній, зазвичай неформальній формі, без посередників, 24/ 7. Усвідомлюючи важливість Інтернету та розуміючи об'єктивні переваги цифрових технологій, політики та державні службовці продовжують розглядати розвиток цифрової дипломатії в контексті ризиків та загроз [86].

Як зазначалося раніше, Інтернет розглядається як канал поширення екстремізму та тероризму, нав'язування іноземних ідеологій та зовнішньополітичної пропаганди, а також засіб розгортання інформаційної війни. Однак цифрову дипломатію потрібно розглядати не лише з точки зору «м'якої сили» та «розумної сили», її також слід розглядати з точки зору побудови національного бренду.

Отже, з огляду на низку зусиль Держсекретаря США щодо просування цифрової дипломатії, загалом Держдепартамент значно випереджає міністерства закордонних справ інших країн у зверненні до цієї форми дипломатії. Наразі програми цифрової дипломатії в США реалізуються через різні агенції, включаючи центр, Міністерство оборони та Агентство США з міжнародного розвитку. Сучасна американська публічна дипломатія відмовляється від попередньої концепції однобічного поширення інформації і переходить до так званого діалогу, що забезпечує зворотній зв'язок, а потім швидко реакцію США на формування громадянської думки користувачів мережі — цільової аудиторії. Такий підхід зумовив масштабне створення особистісних сторінок офіційними особами уряду США в соціальних мереж.

## РОЗДІЛ 2. РОЛЬ ЦИФРОВОЇ ДИПЛОМАТІЇ У ВЕДЕННІ ЗОВНІШНІХ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН ДЕРЖАВИ

### 2.1. Цифрова дипломатія як основоположна стратегія зовнішньополітичної діяльності США на сучасному етапі

На нинішньому етапі США активно використовує всі можливі блага інформаційно-комунікаційних технологій в аспекті ведення зовнішньополітичної дипломатії. В сучасних реаліях стрімкого переходу забезпечення міжнародної діяльності в онлайн-площину найбільш популярним та ефективним інструментом є Twitter-дипломатія. Поняття Twitter-дипломатії розглядається під призмою електронної форми публічної дипломатії, яка здійснюється шляхом використання соціальної мережі Twitter дипломатами, політиками, громадськими діячами та державними відомствами.

Державний департамент Сполучених Штатів Америки окреслює Твітер-дипломатію як форму традиційної дипломатії, що використовує технології та мережі 21-го століття для вирішення зовнішньополітичних завдань. Це визначення можна розділити на дві основні частини: по-перше, Твітер-дипломатія відрізняється від традиційної дипломатії переважно тим, що використовує інші засоби: як зокрема, соціальні медіа (Фейсбук та Твітер), програмне забезпечення для інтернет-телефонії (Skype), відеоканали (на сьогодні найпопулярнішим є Youtube). По-друге, Твітер-дипломатія не відмежовується від традиційних форм дипломатичних відносин і не є їхнім заміником, а скоріше потужним і вагомим доповненням, здатним поліпшити та прискорити дипломатичні відносини, а також розширити їхні рамки [17].

Метою твітер-дипломатії є підвищення ефективності, відкритості дипломатії і залученості в неї громадян за допомогою публікації твітів політичними діячами або відомствами. Twitter-дипломатія розглядається не як

інструмент вирішення проблем, а як платформа, що дозволяє залучити до політичної події аудиторію [82].

Даний спосіб дозволяє задовольняти такі цілі, як:

- забезпечення національних інтересів як суб'єкта міжнародних відносин, так і держави;
- створення позитивного та привабливого іміджу країни на міжнародній арені;
- масове охоплення всієї цільової аудиторії миттєво за допомогою онлайн-технологій;
- ведення політичної діяльності за межами країни;
- встановлення міцного міжнародного зв'язку з діаспорою.

Основоположником ідеї використання соціальної мережі Twitter для забезпечення зовнішньо- та внутрішньополітичної діяльності став екс-президент США Барак Обама, який в 2007 році завів в ній аккаунт, що дало імпульс для розвитку цифрової Twitter-дипломатії в країні. Станом на 2018 рік аккаунт Б. Обами налічує 100 мільйонів підписників [62].

Twitter-дипломатія активно використовується штабом екс-президента США Д. Трампа, а також ним особисто. Зареєструвавшись в Твітері ще в березні 2009 року, він зумів охопити доволі величезну аудиторію в кількості більше 82 млн. підписників. Лише за 2019 рік президент опублікував більше 3400 твітів, що в середньому становить майже 10 постів в день [7].

Саме Дональд Трамп зробив своєрідний переворот в концепції сприйняття Twitter не тільки, як соціальної мережі для повсякденного онлайн-спілкування, але і як ефективного майданчику для ведення переговорів на міжнародному рівні. За рік головування Дональда Трампа на посаді президента Сполучених Штатів Америки його пости поширили в середньому 20 тисяч разів. Екс-президент користувався даною соціальною мережею навіть частіше, ніж офіційними урядовими порталами для ведення зовнішньополітичної діяльності та формування особистісної думки щодо політичних подій в міжнародній площині. Фактично Д. Трамп став першим

президентом Сполучених Штатів Америки, що перетворив свій особистий аккаунт у соціальній мережі в потужну трибуну для публічних виступів.

Іноді недипломатичні публікації Дональда Трампа бентежать багато урядів та політичних діячів, таких як лідера КНДР Кім Чен Ина. Дональд Трамп обрушується з гучною критикою на зарубіжних політичних діячів: канадського прем'єр-міністра Джастіна Трюдо він колись назвав «слабким», а північнокорейського лідера Кім Чен Ина змалював текстами «низький і товстий». Трамп не жалкує в тому числі і держслужбовців, службовців в його особистій адміністрації, - на їх голови звалюється не менш критичних зауважень від президента, ніж на їх іноземних колег [8].

Найбільш скандальні твіти в аккаунті экс-президента стосувалися його політичних опонентів у передвиборній гонці. Наприклад, твіт «ЗМІ витрачають більше часу на криміналістичний аналіз мови Меланії, ніж ФБР витратило на електронні листи Хілларі» яскраво демонструє тактику американського президента: в будь-якій конфузній ситуації спробувати переключити увагу громадськості на помилки інших. Справа в тому, що під час передвиборчої кампанії Меланія Трамп виступила з промовою на допомогу своєму чоловікові, який мав багато в чому схожих деталей з аналогічним виступом Мішель Обама в 2008 році. Дональд Трамп вирішив підтримати свою дружину у Twitter, але не втримався від організації чергового нападу на власну суперницю Хілларі Клінтон. У день, коли публікація була опублікована у соціальних мережах, між прихильниками Трампа та прихильниками Клінтон виникла серйозна сварка [75].

Ще одним прикладом звернення на суб'єктивному рівні до представника іншої держави можна вважати твіт, адресований Трампом Ким Чен Ину: «Лідер Північної Кореї Ким Чен Ин щойно заявив, що «Ядерна кнопка завжди знаходиться у нього на столі». Нехай хто-небудь з зубожілого і зголоднілого режиму проінформує його, що у мене теж є ядерна кнопка, але вона набагато більше і набагато могутніше, ніж його - і моя кнопка працює». Даний пост був опублікований взимку 2018 року, а приводом для тематики стало новорічне

звернення до народу лідера Північної Кореї, який наголосив на тому, що потужна ядерна зброя у може бути застосована в будь-який момент влюбій точці США [17].

Неоднозначна ситуація в Twitter з Туреччиною склалася після провокаційного посту тогочасного президента США Д. Трампа. В контексті висновку Трампа про виключення військових із Сирії та поступку курдських земель Ердогану, відносини між Вашингтоном та Анкарою значно погіршилися в жовтні 2019 року. Саме тоді президент в своєму Twitter-акаунті висловився на дану тему досить агресивно та недипломатично: «Якщо Туреччина зробить щось, що я, маючи великої і неперевершеною мудрістю, вважатиму неприйнятним, я повністю рознесу і знищу турецьку економіку» [111].

45 президент США Дональд Трамп також широко застосовував практику використання соціальної мережі Twitter для офіційної відповіді іноземним дипломатичним представництвам та лідерам інших країн. Так, наприклад, 22 липня 2018 року президент Ірану Хасан Роухані на міжнародному рівні пригрозив США війною з Тегераном та вимагав «не кусати лева за хвіст» [60]. Після цієї критичної погрози в міжнародному середовищі экс-президент моментально відповів досить агресивно в соціальній мережі заголовними буквами, таким чином підкреслюючи серйозність своїх намірів: «НІКОЛИ, НІКОЛИ НЕ ЗАГРОЖУЙТЕ США ЗНОВУ, АБО ВИ ПОТРАЖДАЄТЕ ВІД НАСЛІДКІВ, ВІД ЯКИХ НІКОЛИ ЩЕ В ІСТОРІЇ НЕ СТРАЖДАЛИ. МИ НЕ БІЛЬШЕ НЕ ТА КРАЇНА, ЩО ТЕРПІТИМЕ ВАШІ НЕДОУМКОВАТІ ПРОМОВИ ПРО НАСИЛЬСТВО ТА СМЕРТЬ. БЕРЕЖІТЬСЯ!» [60].

Твіти тогочасного президента Д. Трампа мали важливий ефект не тільки на становлення США як потужного актора на міжнародній арені, але і в економічному аспекті. Досліджуючи акаунт Дональда Трампа в Twitter, аналітики американського банку JPMorgan Chase прийшли до висновку, що на фінансові ринки найбільше впливали твіти президента, що містять слова «Китай», «мільярд» і «товари»[20]. Відоме інформаційне агентство Bloomberg

повідомляє, що вони розрахували спеціальний індекс, який відслідковує, як змінюється дохідність держоблігацій США протягом п'яти хвилин після твітів Трампа [93]. Факти довели, що серед майже 4000 відомостей Трампа лише 146 вплинули на ринок, особливо на дохідність дворічних та п'ятирічних казначейських облігацій США. Окрім внутрішнього впливу, твіти Трампа також мали великий ефект на світовий ринок. Наприклад, новини президента США про введення нових мит на китайську продукцію призвели до різкого падіння американських та азіатських індексів. Серед найбільш впливових твітів Д. Трампа на міжнародну економіку можна назвати наступні:

1. «Програма створення [винищувачів] F-35 і витрати на неї вийшли з-під контролю. Мільярди доларів можуть і будуть зекономлені на військових та інших закупівлях після 20 січня». Даний твіт був опублікований 12 грудня 2016 року і відразу ж мав величезний ефект на світову економіку. Ціна акцій американської військово-промислової компанії Lockheed Martin, що займається створенням винищувачів, знизилася на 4,2%, а її ринкова капіталізація впала на \$ 3,5 млрд. Куратор програми з виробництва F-35 Джефф Бабійон у відповідь на критику Трампа за цей час сказав, власне що компанія інвестувала численні способи зниження вартості F-35. У червні 2017 року Bloomberg доповідав, власне що програма F-35 обійшлася американському бюджету більше, ніж в \$ 400 мільярдів [109].

2. Невимовно величезний вплив на ціну компанії Amazon мали пости Трампа. Серед них можна перелічити наступні:

- «Amazon завдає величезної шкоди роздрібним магазинам, які чесно платять податки» (16 серпня 2017 року);

- «Ще задовго до виборів у мене були претензії до Amazon. На відміну від інших компаній вони або зовсім не платять, або платять мало податків на рівні штату та нижче, роблять з нашої поштової служби свого кур'єра і витісняють з бізнесу тисячі ритейлерів!» (29 березня 2019 року);

- «Я прав в тому, що Amazon коштує величезних сум грошей Поштовій службі Сполучених Штатів, яка у неї на посилках. Amazon має оплачувати ці

витрати (додатково), а не покласти їх на американського платника податків. Багато мільярдів доларів. Керівники пошти і не підозрюють (чи все-таки підозрюють?)!» (31 березня 2018 року) [103].

Таким чином дані 3 пости в Twitter задали значних збитків компанії Amazon. Як повідомляє джерело Independent, лише перший пост коштував компанії 1,2 % зниження котирування та зменшення ринкової вартості корпорації на 5,7 млрд. доларів [96]. Другий пост задав збитку у розмірі 66 млрд. доларів капіталізації компанії, акції якої впали на 9%. Третій пост завдав фатального збитку капіталізації компанії у розмірі 53 млрд. долари. Причиною такого краху стало звинувачення экс-президентом в соціальній мережі Twitter компанію Amazon в зловживанні тарифами поштової служби США.

3. «Twitter застосовує «тіньовий» бан щодо республіканців. Це не добре. Ми негайно вивчимо цю дискримінаційну і незаконну практику! Скарг дуже багато», - ще один твіт тогочасного президента США Дональда Трампа, який ним завдав нищівного удару акціям соціальної мережі, які впали на 14% 26 липня 2018 року [105].

4. Твіти Дональда Трампа також впливають на формування цін нафтового ринку. Прикладом цього може слугувати твіт экс-президента, опублікований 22 лютого 2019 року: «Ціни на нафту стають занадто високими. ОПЕК, будь ласка, розслабтеся і заспокойтеся. Світ не може винести таке підвищення цін, він крихкий!». Через деякий час ціна бареля нафти марки Brent впала більше ніж на 3% і опустилася нижче \$ 65, але до цього встигла піднятися вище \$ 67 в перший раз з листопада 2017 го. Нафта марки WTI ще більше знизилася в ціні: з \$ 57,26 до \$ 55,48 [28].

Ще одним яскравим прикладом може слугувати твіт від 2 квітня 2020 року: «Я сподіваюся і очікую, що вони скоротять [видобуток нафти] приблизно на 10 млн барелів [на добу] або, можливо, більше, що - якщо це трапиться - буде чудово для нафтової і газової промисловості». Саме таким



чином тогочасному президенту вдалося збільшити ціну нафти марки Brent до 30,38 доларів за барель, що становить приріст у розмірі 21,5%.

5. Твіти в Інтернеті Дональда Трампа мали вагомий ефект на міжнародні політичні та економічні відносини між Китаєм та Америкою. Лише після одного посту в соціальній мережі Twitter світова капіталізація ринку акцій впала на 1,36 трл. доларів. Як повідомляє авторитетне видання Bloomberg, за один день після публікації твіта Дональда Трампа в даній соціальній мережі китайські фондові індекси максимально знизились, порівнюючи з денними показниками за 3 роки. Мова йде про твіт Трампа, опублікованого 5 травня 2019 року: «Протягом 10 місяців Китай платив США за тарифами 25% на \$ 50 млрд на високі технології і 10% на \$ 200 млрд на інші товари. Ці виплати частково пояснюють наші відмінні економічні результати. У п'ятницю 10% зростуть до 25%. \$ 325 млрд ... » [45].

Ще один яскравий приклад обвалу ринку акцій та фондових бірж демонструє пост в Twitter Д. Трампа від 1 серпня 2019 року: «Переговори з торгівлі тривають, і під час цих переговорів США почнуть з 1 вересня вводити невеликі додаткові мита в 10% на решту товари і продукти вартістю \$ 300 млрд, які йдуть в нашу країну з Китаю». Після даного посту золото і долар подорожчали, в той час як американські та китайські фондові індекси впали, а нафта різко подешевшала. Індекс S & P 500 впав на 2,8%, Apple пішла донизу на 4,3%, Intel - на 3,4% [20]. За результатами аналітичних досліджень видання Bloomberg лише 500 найбагатших людей світу втратили майже 2% від сумарної капіталізації, що становить близько 117 млрд. доларів. Найбільших втрат зазнав власник компанії Amazon Джефф Безос, який внаслідок доленосного твіта Дональда Трампа втратив майже 3,4 млрд. доларів. Тим не менше тогочасному президенту лише всього-на-всього одним твітом вдалося збільшити прибутки ігрового магната Шелдона Адельсона, який паралельно був одним із найбільш вагомих та впливових інвесторів в передвиборну кампанію Д. Трампа. Йде мова про твіт, опублікованого 12 грудня 2019 року: «Ми ДУЖЕ близькі до значної угоди з Китаєм. Вони цього хочуть, і ми теж!»

Справа в тому, що торговельні суперечки між Китаєм та США нанесли нищівного удару ігровому бізнесу Адельсона в Макао, на який припадала значна частина виручки Las Vegas Sands (корпорація, що володіє найбільшим в світі казино, які перебувають Лас-Вегасі. – Forbes [20]). Лише після даного твіта Дональда Трампа акції Las Vegas Sands подорожчали майже на 4%, а статки власне спонсора Адельсона кампанії тогочасного президента збільшилися на 1, 2 мільярди доларів. Все це завдяки одному посту в соціальній мережі Twitter, в якому повідомлялося про торговельну угоду з Китаєм [29].

Найбільш резонансними твітами екс-президента США Д. Трампа залишаються його пости з граматичними помилками, які цільова аудиторія тлумачить неоднозначно. Найяскравішими прикладами можуть слугувати записи в соціальній мережі Twitter, які містять такі помилки, як: “shoebiz”, який трактують як «взуттєвий бізнес»; “rublicans”, що нагадав всім про Рашагейт. Окреме чільне місце посідає фатальна помилка в твіті 2019 року, в якому Дональд Трамп назвав спадкоємця Британського престолу не принцем Уельським (Prince of Wales), а принцем китів (Prince of Whales) [110]. Ще одна конфузна ситуація в інтернет-середовищі виникла внаслідок публікації в Twitter Дональдом Трампом неіснуючого слова “covfefe”. Деякі читачі навіть припускали, що це кодове слово для запуску ядерної зброї. Насправді екс-президент при написанні посту в соціальній мережі заснув, а найбільше чітко та лаконічне пояснення запропонував британський журналіст Пірс Морган: «Трамп заснув на середині твіту, і вся планета тепер обговорює його «сенс». До чого ж весело бути президентом Сполучених Штатів».

Опублікований контент у соціальній мережі Twitter тогочасного президента США Дональда Трампа відомий професор когнітивної лінгвістики Каліфорнійського університету спробував класифікувати. Він визначив 4 цілі постів Дональда Трампа, які притаманні також іншим аккаунтам політичних діячів:

- формування превентивної ідеї;

- відволікання уваги суспільства від реально значимих проблем, маніпулювання масовою свідомістю;

- спроба підірвати імідж та репутацію політичних опонентів з метою їх зниження рейтингів у суспільстві;

- перевірка реакції соціуму на політичні ідеї, теорії та події [107], (дод.2).

На нинішньому етапі Twitter-акаунт 45-го президента США заблокований. Причиною тому стали події під час передвиборної кампанії в січні 2021 році, коли опозиція Дж. Байдена намагалася захопити Капітолій у Вашингтоні, що призвело до дестабілізації внутрішнього стану країни, численних мітингів та бунтів. Демократи звинуватили в даних подіях Дональда Трампа з республіканськими політичними поглядами, адже, на їх думку, саме він у своєму Twitter-акаунті закликав до масових бунтів та намагався підірвати імідж свого опонента. Як наслідок, його акаунт в даній соціальній мережі із читачами чисельністю в понад 88 мільйонів був заблокований. Офіційні представники Twitter висловлюються на цю тему так: «Після ретельної перевірки недавніх твітів облікового запису @realDonaldTrump і контексту навколо них - зокрема, того, як вони сприймаються і інтерпретуються в Twitter і за його межами - ми назавжди заблокували цей обліковий запис через ризик подальшого підбурювання до насильства». Facebook і Instagram також не залишилися осторонь, заморозивши особисті сторінки Трампа «на невизначений термін». Марк Цукерберг зазначив, що чинний президент не отримає доступ до акаунтів, «принаймні, до завершення мирної передачі влади», підкресливши, що вважає неприпустимим використання соцмереж для «підбурювання заколоту проти демократично обраного уряду» [107].

Однак, незважаючи на блокування офіційної сторінки в соціальній мережі Twitter экс-президента США Дональда Трампа, він продовжує просувати власні політичні погляди, цінності та пропагандистську діяльність для забезпечення власне суб'єктивних та національних інтересів через Twitter-акаунт представників його штабу. Так 24 серпня 2021 року було опубліковано

відео в Twitter та на популярному відеохостингу YouTube "Surrenderer-In-Chief", що в перекладі означає «вождь, який здався». Даний відеоматеріал сатирично критикує невдалу політичну кампанію та необдумані стратегічні цілі Америки в Афганістані після капітуляції в Кабулі офіційної гілки влади та захоплення афганської столиці забороненого угруповання талібів, які на даний момент проводять на території країни антидемократичну та тиранічну політику за допомогою сили примусу [104]. На тлі масових протестів в Америці, коронавірусної пандемії, неефективної політики діючого 46-президента Америки Джо Байдена, стрімкого економічного спаду країни його політичний опонент Дональд Трамп коментує дане відео так: «Джо Байден пообіцяв американцям майбутнє зростання, сили, дипломатії та влади. Він сказав нам: "Америка повернулася". Натомість він вивів війська з Афганістану, перш ніж вилучити нашу зброю, наших союзників чи навіть наших громадян. Джо Байден відступив перед нашими ворогами і не зміг захистити наших союзників. За часів Джо Байдена повернулися таліби - не Америка. Це не та Америка, яку ми знаємо. ЗМІ відмовляються звинувачувати Байдена у руйнуваннях і трагедії, які він спричинив, але ми будемо нести його відповідальність. Ми можемо показати Америці правду, і від вас залежить, чи всі це побачать» [114]. 24 серпня 2021 року представник штабу Дональда Трампа Бред Парскаль у своєму Twitter-акаунті теж продемонстрував політичні розбіжності у поглядах з Джо Байденем такими словами: «Джо Байден збрехав Америці та світові, коли сказав нам, що «Америка повернулася». Натомість він здався талібам і залишив американців померти в Афганістані. Настав час ЗНАТИ ПРАВДУ!» [113].

Щодо негативних наслідків політичної кампанії діючого президента США Джо Байдена та його невдалих кроків у військовій операції в Афганістані, які спричинили дестабілізацію політичного підґрунтя та системи в даній країні, висловився також у своєму офіційному Twitter-акаунті син 45 президента Сполучених Штатів Америки – Дональд Трамп-молодший. В своєму повідомленні в соціальній мережі він заявив, що в Афганістані в руки

руху "Талібан" потрапило військово обладнання та озброєння, яке військовослужбовці США залишили в цій країні на суму 85 мільярдів доларів [10]. За його даними, заявленими в мікроблозі, кожен чоловік, жінка і дитина в США пожертвували на цілі терористів близько 265 доларів, якщо виходити з того, що в країні проживає близько 320 мільйонів громадян. "Молодці демократи!" - додав він і прикріпив до повідомлення таблицю, згідно з якою талібам дісталися 55 американських літаків, 8 тисяч вантажівок, більше 350 тисяч одиниць автоматичної зброї, 109 вертольотів, понад 16 тисяч приладів нічного бачення, а також інша військова техніка і види озброєння (дод. 1).

На нинішньому етапі діючий 46 президент США Джо Байден теж використовує новітні медіа в контексті зовнішньополітичної діяльності. Однак на відміну від свого попередника він керується менш імпульсивними та емоційними інстинктами при публікації посту в соціальній мережі Twitter. Так з 20 січня 2021 року йому надали доступ до твіттер-акаунту @POTUS (аббревіатура від President Of The United States). В той же день він опублікував перший запис на офіційній сторінці: «Коли справа доходить до подолання криз, з якими ми стикаємося, не можна втрачати час. Ось чому сьогодні я прямую в Овальний кабінет, де відразу приступлю до роботи, схвалюючи рішучі дії і надаючи негайну допомогу американським сім'ям». Також доступ був наданий віце-президенту США Камаллі Гаріс, яка теж опублікувала запис на даній сторінці: «Для мене честь бути вашим віце –президентом» [3].

Отже, Twitter-дипломатія – є потужним політичним інструментом екс-президента США Дональда Трампа. За допомогою новітніх медіа він просував не тільки власні особисті цілі, але і національні інтереси держави в міжнародних відносинах. Завдяки Дональду Трампу капіталізація компанії Twitter збільшилася на 240%, незважаючи на блокування офіційної сторінки екс-президента в даній соціальній мережі. Своїми твітами Дональду Трампу вдалося дестабілізувати вітчизняних та іноземних журналістів, а також політичних діячів та лідерів інших держав, зіпсувати американсько-китайські відносини, погіршити інвестиційний клімат численним кампаніям, варіювати

ціни на світовому ринку, знижувати міжнародні індекси [27]. Однак завдяки активному використанні даної соціальної мережі Дональдом Трампом можна виділити наступні позитивні аспекти в міжнародному середовищі:

- моментальне розповсюдження інформації серед аудиторії;
- чітке висвітлення позиції лідера США щодо політичних процесів та явищ, які відбуваються на міжнародній арені;
- високий рівень конверсії між народом та інформацією, висвітленою в аккаунті Дональда Трампа (абсолютно кожний читач може відреагувати на подію, опубліковану в соціальній мережі, поширити її, прокоментувати та висвітлити свою точку зору) [106].

Варто відзначити також велику кількість держав, які у своїх твітах згадав тогочасний президент США Дональд Трамп: Росія - 26%, Мексика - 13%, Китай – 15%, КНДР – 7%, Іран та Ізраїль – 6%, Японія та Франція – 5%, ОАЕ та Велика Британія– 4%, Україна – 2%, Німеччина – 1% (дод. 3).

Тим не менше, як висловлювався Дональд Трамп в інтерв'ю телеканалу C-Span, основоположною причиною активного використання даної соціальної мережі для висвітлення своєї політичної позиції є дезінформація з боку ЗМІ. «Якби мене неупереджено висвітлювали, мені б навіть не довелося писати в Twitter. Ця моя єдина форма захисту. Якби преса мене чесно висвітлювала, мені б не було це потрібно, але вони не висвітлюють мене чесно», - висловлюється Дональд Трамп [108].

Однак, незважаючи на активне використання Дональдом Трампом Твіттеру як інструменту політичної влади, його аккаунти були заблоковані назавжди в соціальних мережах Twitter, Instagram та Facebook, що викликало сильний резонанс у суспільстві, зокрема серед лідерів іноземних держав.

Як ми бачимо, на нинішньому етапі, діючий 46-й президент США Джо Байден керується аналогічними способами формування іміджу на міжнародній арені – за допомогою нових медіа. Він теж активно використовує офіційну сторінку в Twitter для просування національних інтересів США в міжнародних відносинах [39].

Варто також зазначити існування такого феномену, як відсутність очевидного зв'язку між зростанням твіттер активності державних посадовців та зростанням успішності у зовнішній політиці.

Президент ЄС є найактивнішим чиновником у Твіттері в Європі, хоча не завжди можна простежити зв'язок між його успіхом у підтримці облікового запису в Твіттері та реальними дипломатичними досягненнями ЄС. Можливо, тому, що його дипломатичні твіти є результатом роботи з іміджем його офісу, а також його особистих думок. Крім того, більшість британських послів мають акаунти в Twitter. Цю тенденцію започаткував міністр закордонних справ Великобританії В. Хайк у 2010 та 2014 роках. Спеціалізуючись на професійних мережевих ресурсах цифрової дипломатії, міністр закордонних справ з найактивнішою дипломатією виділив міністра закордонних справ Франції Ельфабіуса, який має відкриті контакти з понад 90% світових лідерів.

Повчальною є також дипломатична діяльність міністра закордонних справ Польщі (2007-2014) Сікорського в соціальній мережі Twitter. Лише в листопаді 2014 року його позицією щодо європейської інтеграції України цікавилися 285 тисяч людей, які офіційно були підписані на нього в Твіттері. Оскільки іноземна громадськість не має подібної інформації в українських соціальних мережах, зрозуміло, що вони, як дипломатичні посередники, змушені вдатися до рахунку польського міністра [44].

Окрім публічної дипломатії Twitter, впровадженої в європейський дипломатичний простір як технології цифрової дипломатії, можна також виділити такі моменти:

- дипломатичні переговори за допомогою мережевих технологій;
- ведення блогів у соціальній мережі Facebook, де можна звертатися до громадськості своєї та інших країн з більш розлогими текстами;
- розробляти медіа-стратегії для дипломатичних представництв, іноземних представництв і консульств вашої країни;
- підтримувати зв'язок з громадянами ЄС через усі ці канали;

- створювати інформаційні пости для розміщення в соціальній мережі Facebook, що значно простіше, ніж проводити комплексну прес-конференцію для вироблення дипломатичної стратегії;
- проводити рекламні заходи з просування європейської політики та проєктів Європейського Союзу в різних сферах;
- Налагоджувати прямий контакт з громадянами інших держав;
- розповсюджувати офіційні заяви та прес-релізи.

Однак у цьому процесі є певні труднощі. Наприклад, польська неурядова організація «Центр досліджень цифрового уряду» відповідає за моніторинг та аналіз процесу впровадження цифрових технологій у державному управлінні Республіки Польща, також порушила деякі питання щодо розвитку цифрової дипломатії [36]. На думку експертів центру, найбільш очевидною проблемою є відсутність взаємодії між суб'єктами, які впроваджують новітні цифрові технології. Друга проблема полягає в тому, що при розробці дипломатичних онлайн-сервісів недостатньо лише враховувати актуальні проблеми громадськості. Третя проблема полягає в тому, що через те, що значна частина суспільства не має достатньо знань і навичок для постійного використання цифрових технологій, багато громадян виходять із такої системи цілком. Четверта проблема – зростання кіберзлочинності, що є типовою рисою технології цифрової дипломатії, в якій питання конфіденційності та захисту даних також є дуже помітними, що вимагає участі фахівців з кібербезпеки.

Цифрова дипломатія офіційно оголошена одним із пріоритетних напрямків розвитку МЗС Франції. Помітним прикладом французького цифрового дипломатичного механізму є France Diplomatie, офіційний веб-сайт Міністерства закордонних справ Франції, який розгорнув інформаційний портал, через який інформація поширюється в численних соціальних мережах. Концепція цифрової дипломатії належить як до сфери діяльності міністерства, так і до розширення традиційної дипломатії за рахунок інновацій нових практик, створених інформаційно-комунікаційними технологіями. Однак



цифрові інструменти розглядаються лише як засіб передачі інформації, і вони допомагають формувати дипломатичну роботу [56].

Нинішня цифрова національна політика Франції спрямована на реформування законодавства, сприяння дослідженням у сфері цифрової економіки та управління, а також створення комплексної системи кібербезпеки. 16 січня 1990 року Франція прийняла перший урядовий план побудови «інформаційного суспільства», який був планом дій щодо переходу до інформаційного суспільства.

Ця програма узгоджується з напрямом, який раніше визначив прем'єр-міністр Франції в 1997 році, і включає шість пріоритетів, а саме:

- впровадження нових інформаційно-комунікаційних технологій у сфері освіти;
- забезпечення амбітної культурної політики нової мережі Roog's;
- використання інструментів інформаційних технологій для досягнення модернізації державної служби;
- використання інформаційних технологій як необхідного інструменту для розвитку бізнесу, адаптації до промислових та технологічних інновацій;
- стимулювання появи активних структур нагляду та нагляду за новими інформаційними мережами.

У листопаді 2002 р. у Франції було прийнято Урядовий план цифрової республіки інформаційного суспільства. Він вжив заходів щодо розвитку мережових технологій, а до 2007 року надав усім громадянам можливість користуватися Інтернетом та основними сервісами електронного уряду, запропонував створення інституцій електронного уряду. Агентство розвитку електронного урядування було створено у 2003 році, яке вирішує два завдання: спрощення інтеграції адміністративних інформаційних систем та впровадження конкретних міжвідомчих проектів [51].

Цифрова дипломатія відіграє важливу роль у зовнішній політиці Німеччини. Головне завдання – зміцнити авторитет країни та донести позицію,

конкретні дії та цінності щодо глобальних проблем до іноземної аудиторії. Як основний зміст, що приваблює Німеччину, в ньому домінують характеристики демократії, права, економічної та технологічної ефективності, культурної творчості, соціальної стабільності, повної екологічної відповідальності, сучасної, надійної та компетентної країни. Публічна дипломатія не є компетенцією Федерального міністерства закордонних справ і включає Міністерство комунікацій, зв'язків з громадськістю та німецькі представництва за кордоном. В Німеччині також є спеціалізований інформаційний центр, основним завданням якого є поширення інформації з урахуванням особливостей країн регіону.

У Великобританії розвитком цифрової дипломатії займається Міністерство закордонних справ та Співдружності. З 2012 р. щороку під загальним терміном цифрової стратегії розробляється план, який визначає загальні пріоритети та дії, які надають можливості для української віртуальної дипломатії цифрового управління [76].

З метою впровадження ефективного управління за прикладом США було створено європейську платформу Social Media Government Board, яка може не лише аналізувати діяльність європейських соціальних медіа, а й робити висновки про ефективність проєктів ЄС у всіх сферах життя. Водночас Європейська комісія розробила власну соціальну мережу Regoi Network у 2020 році для онлайн-комунікації та регіонального співробітництва в Європі.

Створення Європейського агентства зовнішньої дії дозволить ефективно координувати європейську зовнішню політику та посилить успішне представництво Європейського Союзу за кордоном. Ця дипломатична установа не є аналогічною установою Міністерства закордонних справ ЄС, але доповнює та координує спілкування з міжнародною спільнотою через соціальні мережі. Близько 80 офіційних акаунтів дипломатичних представництв та представництв ЄС за кордоном у соціальних мережах успішно досягли цієї мети. Окрім світових ЗМІ, відповідні багатомовні акаунти дипломатичних представництв ЄС створюються також у соціальних

мережах в інших країнах з урахуванням національних культурних особливостей їхніх громадян [88].

Країни-члени Північноатлантичного альянсу також активно застосовують цей підхід. Стратеги вважають його найважливішим фактором м'якої сили. Також багато зацентровано уваги на розвитку соціальних мереж та цифрових технологій.

За словами Є. Антохової, альянс має власні сторінки в соціальних мережах Facebook і Twitter, а також має обліковий запис на каналі YouTube, де публікує анонси новин, фотографії, відео та інші мультимедійні матеріали. НАТО також надає цифровий додаток для iPad. Північноатлантичний альянс має широкі зв'язки з пресою та іншими засобами масової комунікації. Організація успішно використовувала соціальні мережі як інструмент спілкування. Корпоративний веб-сайт НАТО добре організований, інформативний, зручний і постійно оновлюється. Він містить розділ новин, який складається з прес-релізів, виступів офіційних осіб НАТО та аудіовізуальної бібліотеки. Для бажаючих сайт пропонує безкоштовні інформаційні бюлетені на електронну пошту [64].

З розвитком системи цифрової дипломатії планується подальша розробка плану роботи. Наприклад, щоб адаптувати Державний департамент Сполучених Штатів Америки до нових дипломатичних умов, йому необхідно прийняти більш гнучкі форми співпраці з урядовими партнерами. Такий важливий функціональний фокус цифрової дипломатії США можна розглядати як зовнішньополітичний вплив. Сполучені Штати однією з перших держав у світі усвідомили важливість цифрової трансформації для просування власних інтересів за кордоном, тим самим сформувавши власну стратегічну комунікаційну систему. Цифрова дипломатія в цій сфері пов'язана зі створенням і безперервним оновленням веб-сайтів з офіційними акаунтами у популярних соціальних мережах, таких як: Twitter, Facebook, YouTube, Instagram, Pinterest. Так, уже є кілька позитивних прикладів цієї ініціативи в дії: посольство США в Мехіко, посольство Мексики у Вашингтоні, головні

управління Державного департаменту Мексики та Міністерства закордонних справ Мексики.

Усі агенції тісно співпрацюють з широкого кола питань: наприклад, вони координують свої зусилля щодо запобігання та ліквідації стихійних лих у прикордонних районах. З широким використанням весвітньої павутини та хмарних інструментів мобільні технології все частіше використовуються в публічній дипломатії Сполученими Штатами в Латинській Америці та Карибському басейні. У середньому 89% латиноамериканців користуються мобільними телефонами і лише 6,5% мають широкопasmовий доступ до Інтернету, тому SMS-додатки та мобільні додатки дозволяють державним приватним структурам Сполучених Штатів Америки спілкуватися з великою кількістю населення. Для багатьох людей це єдиний спосіб спілкування. Тому все це перетворило мобільний телефон на потужний інструмент для досягнення регіональних цілей [72].

Посольство США в Латинській Америці дуже креативно користується соціальними мережами, що зумовило налагодження різноманітних зв'язків з різними верствами населення, більшість з яких – високоосвічені люди.

Нині спостерігається високий розвиток цифрової дипломатії низки європейських держав та активне використання її інструментів суспільством. Про це свідчить аналітика Європейської комісії від 19 червня 2020 року, яка опублікувала Індекс цифрової економіки і суспільства 2020 (DESI 2020) (Digital Economy and Society Index, DESI 2020). Метою цієї публікації є оцінка прогресу Європейського Союзу (ЄС) у досягненні цілей цифрової економіки та моніторинг електронного розвитку кожної країни-члена. У звіті визначено пріоритетні сфери цифрової економіки, де державам-членам необхідно вжити конкретних дій та інвестувати. Вперше звіт був опублікований у 2014 році. Щороку Європейська комісія аналізує 34 показники у 5 основних категоріях та публікує звіт про прогрес цифрової трансформації ЄС. Більшість даних, які використовуються для аналізу, отримані з опитувань Євростату. Крім того, комітет порівнює результати країн-членів з результатами 17 інших країн за

межами Європейського Союзу (Австралія, Бразилія, Канада, Чилі, Китай, Ісландія, Ізраїль, Японія, Південна Корея, Мексика, Нова Зеландія, Норвегія, Росія, Сербія), Швейцарія, Туреччина та США). I-DESI (International Digital Economy and Society Index) розроблено для порівняння з країнами за межами Європейського Союзу [77].

Згідно з дослідженням Європейського Комітету, у 2019 році рівень цифровізації в усіх країнах-членах ЄС зріс. Лідерами розвитку є: Фінляндія, Швеція та Данія. Європейська спільнота зазначила, що для того, щоб ЄС міг конкурувати на міжнародній арені, країни-члени повинні наполегливо працювати над розвитком цифровізації. Цього року Польща посідає 23 місце — порівняно з минулим роком вона піднялася з 25, але варто нагадати, що у 2017 році Польща вже була на 23 місці [1].

З 2014 року ЄК проводить моніторинг рівня розвитку цифрових технологій в Європейському Союзі (докладніше: DESI 2019). Річний аналіз даних Євростату визначив пріоритетні сфери цифрової економіки, в яких державам-членам необхідно вжити конкретних дій та інвестувати. У звіті DESI описано 34 індикатори, розділені на 5 основних категорій:

1. Зв'язок та комунікації. Головна мережа нового покоління (NGA) зросла з 83% до 86%. Крім того, за останні два роки частка домогосподарств, які використовують фіксовану широкопasmову мережу зі швидкістю не менше 100 Мбіт/с, зросла з 15% до 26%. Рівень покриття 4G охоплює майже все населення ЄС (96%), але рівень покриття 5G все ще дуже низький (25%). Згідно зі звітом, 17 країн-членів виділили спектр у діапазоні 5G. З точки зору підготовки до впровадження мереж 5G, найрозвиненішими країнами є: Фінляндія, Німеччина, Угорщина та Італія. Готовність Польщі до впровадження мереж 5G становить 0% [81].

2. Людський капітал. Частка людей з базовими цифровими навичками зросла з 55% до 58%. На жаль, хоча більшість робочих місць вимагають таких навичок, все ще є велика кількість громадян ЄС, які не володіють базовими навичками цифрових технологій. На ринку праці все ще

не вистачає фахівців з ІКТ. Минулого року 64% великих підприємств і 56% малих і середніх підприємств зіткнулися з труднощами під час набору спеціалістів з ІКТ. ЄК зазначила, що кількість фахівців у сфері ІКТ дещо зросла з 3,7% у 2016 році до 3,9% сьогодні [65].

3. Використання Інтернет-сервісів. З кожним роком збільшується кількість людей, які регулярно користуються Інтернетом. 85% громадян ЄС користуються Інтернетом принаймні раз на тиждень – значне збільшення порівняно з 2014 роком (75%). Згідно зі звітом DESI 2020, найбільший приріст мають інтернет-послуги, які надають відеодзвінки (49% у 2018 році та 60% у 2019 році). При цьому понад 35% громадян ЄС у віці 65-74 років ніколи не користувалися Інтернетом. Громадяни ЄС, які користуються Інтернетом: 81% слухають музику, дивляться відео та грають в ігри онлайн; 72% читають новинні веб-сайти; 69% роблять покупки в Інтернеті; 65% користуються соціальними мережами; 64% використовують електронний банкінг і 49% використовують відеодзвінки.

4. Інтеграція цифрових технологій. Дані для компаній для інтеграції цифрових технологій залежать від розміру компанії, сектора та країни-члена. У 2019 році 38,5% великих компаній покладаються на сучасні сервіси хмарних обчислень, а 32,7% використовують рішення для великих даних. Переважна більшість малих і середніх підприємств заявили, що не користуються цими рішеннями: 17% малих і середніх підприємств використовують хмарні сервіси, а 12% — великі дані. Згідно зі звітом DESI 2020, лише 17,5% МСП продають свою продукцію в Інтернеті (на 1,4% більше, ніж у 2016 році) [74].

5. Цифрові державні послуги. Енергійний розвиток цифрових технологій поставив перед державним сектором нові виклики. Ефективний електронний уряд може значно спростити та прискорити процедури. Згідно зі звітом DESI 2020, кількість людей, які користуються послугами електронного уряду, зросла з 58% до 67% у 2019 році [26].

Таким чином, можна зробити висновок, що за останній рік рівень цифровізації в усіх країнах-членах ЄС покращився. Лідерами є: Фінляндія,

Швеція та Данія. На останньому місці – Румунія, Греція та Болгарія. У рейтингу DESI 2020, у порівнянні з 28 країнами-членами, Польща посідає 23 місце – на два вище, ніж DESI 2019 [71]. ЄК звертає увагу на необхідність посилення цифрових зусиль, щоб ЄС міг конкурувати на міжнародній арені. Зверніть увагу, що чотири країни-члени ЄС (Фінляндія, Швеція, Нідерланди та Данія) з найвищим ступенем цифровізації є одними з найвищих у світі, поступаючись лише Південній Кореї, за ними йдуть Японія та США. Одним із найважливіших завдань є надання можливості громадянам ЄС отримати цифрові можливості, що відкриває можливості для розвитку Цифрової Європи.

## **2.2. Проблемні аспекти функціонування цифрової дипломатії в Україні**

Проблема створення позитивного іміджу та бренду України як потужного актора в міжнародних відносинах спостерігалась з початку прийняття незалежності та відокремлення від Радянського Союзу. І хоча з 1991 року Україна акцентувала багато уваги та витратила численні кошти на публічну дипломатію, цифровим аспектом держава почала займатися відносно нещодавно. На нинішньому етапі інструменти цифрової дипломатії займають чільне місце в зовнішньополітичній діяльності України в міжнародних відносинах [112].

Процес активного розвитку та використання цифрової дипломатії в Україні був ініційований Костянтином Грищенко, який у 2010 році займав посаду голови МЗС. Саме на цей період припало створення офіційної сторінки міністерства в соціальній мережі Facebook. В 2011 році Костянтин Грищенко зареєструвався на платформі Twitter, що ознаменувало початок ери вітчизняної «твіпломатії» на просторах інтернету. Тогочасний міністр висловлювався на даний феномен в Київському національному університеті ім. Т. Шевченка так: «Я не одразу зрозумів переваги соціальних мереж, але згодом побачив їхній потужний потенціал. Веду саме Твітер, тому що хочу

робити це сам, і така мала форма в 140 знаків є для мене оптимальною з огляду на брак часу» [33]. Сучасні дослідники зазначають, що саме аккаунт Костянтина Грищенка у соціальній мережі Twitter став лише першим каменем у фундаменті, який колись отримає назву української е-дипломатії [17]. В 2011-2012 роках лише декілька представників МЗС та українських дипломатів мали свої аккаунти в Твітері, однак їх записи характеризувалися хаотичністю, відсутністю інтерактивності із цільовою аудиторією та відображали офіційної позиції України до політичних подій у світі.

Переломний період в становленні цифрової дипломатії як основного інструменту ведення зовнішньополітичної діяльності припав на 2014 рік, коли Україна зіштовхнулася з необхідністю відповідати на латентну агресію з боку Російської Федерації, використовуючи при цьому весь арсенал процесів диджиталізації та інформаційно-комунікаційних технологій.

2015-2016 роки можна назвати новим етапом цифрової дипломатії в Україні. Саме в цей період було створено Управління публічної дипломатії, яке зайнялося питаннями ребрендингу офіційних аккаунтів МЗС в соціальних мережах та створення сторінок посольств на платформах нових медіа. Тогочасні виклики реальності, а також гібридна війна з Російською Федерацією на міжнародному рівні, змусили реформувати МЗС та створити новий структурований підрозділ, який би займався винятково ключовими проблемними аспектами функціонування цифрової дипломатії в Україні. Завдяки систематичній командній роботі професіоналів в галузі комунікаційних-технологій, піару та SMM було створено декілька інформаційних кампаній в онлайн-площині, що супроводжувалися в соціальних мережах хештегами #RussiaInvadedUkraine, #StopFake, #LetMyPeopleGo, #CrimeaIsUkraine. Таким чином, вдалося збільшити кількість читачів офіційного аккаунту МЗС в соціальній мережі Twitter та розширити увагу нагальних проблем на міжнародному рівні [13].

Загалом такий стрімкий ривок в розвитку вітчизняної цифрової дипломатії був зумовлений російською агресією в 2014 році, її спробою



дестабілізувати соціально-економічний та політичний стан України, вести антипропагандистську діяльність з метою підриву довіри та іміджу до держави на непідконтрольних територіях самопроголошених ДНР, ЛНР та анексованого Криму. Управлінням публічної дипломатії було також започатковано практику синхронних онлайн-кампаній у соціальних мережах українських посольств тривалістю від кількох тижнів до місяця (або довше). Такі уніфіковані кампанії передбачають одночасне розміщення на сторінках Посольств у Twitter та Facebook матеріалів, підготовлених МЗС для донесення ключових меседжів до іноземних аудиторій щодо збройної агресії РФ, боротьби України за власну незалежність, туристичний, науковий, інвестиційний потенціал тощо [63]. Загалом стрімкий ривок у розвитку цифрової дипломатії в Україні був підкріплений такими хештегами в соціальній мережі Twitter, як: #RussiaInvadedUkraine, #StopFake, #LetMyPeopleGo, #CrimeaIsUkraine, що дало змогу привернути увагу цільової аудиторії та міжнародної спільноти до загальних ключових питань національної безпеки України, її суверенітету, російської агресії на Сході та анексії Криму. Завдяки таким диджиталізованим синхронним онлайн-кампаніям кількість фоловерів МЗС збільшилася із 2013 року з 760 до 98 230 станом на листопад 2021 року. Таким чином, кількість читачів збільшилася на в 129 р., причому пік активності припадає саме на 2014 рік, який ознаменувався стрімким розвитком цифрової дипломатії України та онлайн-протиборством з РФ з використанням усіх засобів інформаційно-комунікаційних технологій [49].

Однією з найбільш масштабних кампаній проведених в царині вітчизняної електронної дипломатії можна вважати Міжнародну конференцію на підтримку України, організовану в квітні 2015 року. На порядку денному обговорювалися такі ключові питання, як:

- поточна політична ситуація в Україні;
- реалізовані реформи в економічному, політичному та соціальному секторі;

-перспективи розвитку держави в економічному аспекті.

Протягом цілого дня конференції відбувалася онлайн-трансляція в соціальній мережі Twitter одночасно трьома мовами: англійською, українською та російською. Як повідомляє джерело «Вокс Україна», команда професіоналів складалася із восьми райтерів та двох редакторів [83]. Їх основне завдання полягало у відстежуванні нових повідомлення у Google Spreadsheet, перевірки їх на граматичні помилки та наданні дозволу на публікацію. За цільовим призначенням команда поділилася на такі групи:

-райтер, який відповідав за переклад на російську мову;

-райтер, який публікував інформацію з конференції в соціальній мережі Twitter з трьох аккаунтів одночасно;

-решта учасників команди були відповідальними за замітки інформації, яка могла б бути потенційно цікавою для української та англійської цільової аудиторії. У виданні «Вокс Україна» також зазначається, що між ними була своєрідна смислова різниця.

Для оптимізації роботи команди на загальній панелі спікери були розподілені між райтерами, відповідно це спрощувало задачу – треба було стежити за конкретною особою, а не всіма спікерами одразу. До початку самої події було знайдено Твіттер-акаунти спікерів конференції та організацій, які вони представляють, для того, щоб можна було зазначати ці дані у твітах [83].

Як результат, за день конференції в соціальній мережі Twitter було опубліковано 402 публікації англійською мовою, 254 українською і 169 російською. Всі твіти розповсюджувалися хештегом #SupportUkraine, який відразу ж потрапив у ТОП-10 в Україні. Окрім цього були численні публікації в Twitter були і від учасників Міжнародної конференції на підтримку України. За кількістю поширень твітів найбільш популярними були від тогочасного президента Петра Порошенка, екс-прем'єр-міністра Арсенія Яценюка та міністра фінансів Наталі Енн Яресько. В топ-5 варто також відмітити твіти Міністерства іноземних справ та голови американської торгівельної палати Енді Хандер [47].

Як зазначає джерело «Вокс Україна», протягом періоду, починаючи з 28 квітня по 4 травня 2015 року, 354 користувачі соціальної мережі Twitter використали даний хештег #SupportUkraine в своїх публікаціях, унікальні перегляди становили 1 855 236, а всього – 5 417 449. 37 мільйонів осіб потенційно могли побачити хоч одне повідомлення протягом тижня. З усіх публікацій, що були з #SupportUkraine, лише п'ята частина були оригінальними твітами, тоді як 77,5% – ретвіти, решта ж – це взаємодія, що пов'язана з відповідями та коментарями [83].

Географія публікацій показує, що лише 48% твітів було з України, з США – 16%, з Канади – 4%, з Фінляндії – 4%, з Росії – 4%, також долучились Германия, Польша, Пакистан, Нідерланди, Австралія, Велика Британія, Португалія, Румунія, Греція, Швеція, Італія, ОАЕ, Філіппіни та Бразилія. Треба також зазначити, що більшість твітів були нейтральними за своїми поглядами, проте так само були і позитивні, і негативні повідомлення [83].

Найбільш спорідненими до хештегу #SupportUkraine та схожими за смисловими навантаженнями були:

- #SupportCrimea;
- #StopPutin;
- #StopRussianAggression;
- #Украина;
- #UnitedForUkraine;
- #Євромайдан;
- #Crimea;
- #Ukraine;
- #НетВойне;
- #Russia (дод. 4).

Основним найбільш ефективним результатом даної онлайн-кампанії можна вважати такі чинники, як:

- привернення уваги міжнародної спільноти та пересічних громадян до критично важливих проблем російської агресії на Сході України;

- підвищення пізнаванності бренду та іміджу України на міжнародному рівні;

- підтримка інтересу та стимуляції уваги до якихось більш конкретних проблем.

Як доказ результативності даної міжнародної конференції наведено графік, який демонструє кількість твітів з хештегами #Ukraine та #SupportUkraine протягом місяця після завершення конференції (дод. 5).

Важливим чинником розвитку цифрової дипломатії в Україні було створення Міністерства інформаційної політики України (зараз реорганізоване) 2 грудня 2014 року. Основними завданнями МІП, серед усього іншого, були забезпечення інформаційного суверенітету України, у т.ч. з питань поширення суспільно важливої інформації в Україні та за її межами, забезпечення функціонування державних інформаційних ресурсів, а також розробку програми позиціонування України в світі й стратегії захисту інформпростору України від зовнішнього інформаційного впливу тощо [41].

У грудні 2015 року було створено Управління публічної дипломатії МЗС України. Робота у цьому напрямку проводилася в трьох ключових напрямках: іміджеві програми (конференції, круглі столи, публічні акції, взаємодія з експертами та громадянським суспільством в цілому), культурна дипломатія (реформа системи культурного представництва України за кордоном, реалізація українських культурних проєктів за кордоном, сприяння залученню найкращих зарубіжних культурних практик до України) та зв'язки з медіа (проактивна робота з медіа, управління системою дипломатії в соціальних мережах, управління блогами МЗС, виготовлення контенту та реалізація онлайн-кампаній). Наразі відбувається реформа департаменту і активно проводиться робота над створенням його стратегічного напрямку, що дозволить перевести діяльність у більш ефективну, стратегічно планову площину [69].

У 2017 році також було створено Український інститут – спеціалізовану інституцію в підпорядкуванні МЗС України, до завдань якого відноситься:

- підвищення впізнаваності України у світі через поширення знання про нашу державу;
- популяризація української мови та культури за кордоном;
- розбудова міжнародного діалогу через підтримку міжнародних обмінів, забезпечення участі України у проектах співпраці в галузі креативних індустрій, культури, освіти, науки, економіки та інших сферах та поширення українського досвіду розвитку громадянського суспільства, державотворення, відданості цінностям свободи, демократії, національної єдності [87].

У 2019 році в Україні почали працювати над розвитком цифровізаційних процесів. 2 вересня 2019 року Кабмін затвердив положення про Міністерство цифрової трансформації (МЦТ) [46]. Державний орган до 2024 року має на меті займатися питаннями оцифрування політичної діяльності, її інформатизації та розвитку цифрової грамотності громадян.

2020 рік має стати роком тотальної цифровізації. У зв'язку із цим на базі МЦТ було створено Єдиний державний веб-портал електронних послуг - «Дія. Держава у смартфоні», презентований у грудні 2019 року. Крім того, функціонує однойменний мобільний застосунок, який з квітня 2020 року дав можливість «зберігати» на смартфоні чи іншому гаджеті особисті документи, такі як: закордонний паспорт, водійські права, ID-картку та студентський квиток. Таким чином, Україна стала першою державою у світі, де можна користуватися цифровими паспортами без паперових чи пластикових аналогів [46]. В майбутньому такі розробки сприятимуть впровадженню електронного голосування на виборах, як це зараз можливо у Естонії. Таким чином, це значно впливатиме на становлення позитивного іміджу України на міжнародній арені за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій в аспекті цифрової дипломатії.

Справжньої апогеї в переосмисленні підходу використання інформаційно-комунікаційних технологій у веденні зовнішньополітичної діяльності спричинила епідемія вірусу Covid-19. Починаючи з 2019 року, послы та представники держав з усього світу почали використовувати весь

потенціал цифрової дипломатії за допомогою інструментів нових медіа. Вперше в історії світової дипломатичної практики віртуальні платформи стали чи не єдиним місцем для зустрічі дипломатів, політиків і державних діячів, перетворюючи інструментарій цифрової дипломатії з допоміжного на ключовий у питаннях міжнародної взаємодії. Так, в Україні та світі політичні події найвищого рівня вже переходять в онлайн. У квітні 2020 р. Україна почала головування у Форумі безпекового співробітництва ОБСЄ в онлайн-режимі; відбулися перші віртуальні візити Прем'єр-міністра та Міністра закордонних справ України до Німеччини в режимі відеоконференцій [63].

На сучасному етапі Україна намагається не відставати від західних трендів у веденні цифрової дипломатії та збільшення пізнаваності країни на міжнародній арені. Таким чином, на державному рівні в аспекті електронної дипломатії Україна освоїла ще одну платформу нових медіа – Instagram. 15 липня 2020 року за ініціативи МЗС та Українського інституту було створено офіційну сторінку України в Інстаграмі під назвою @ukraine.ua [115]. Проект створений Міністерством закордонних справ України та державною установою Українським інститутом у 2021 році як інструмент публічної дипломатії і національного брендингу.

Аккаунт в соціальній мережі Instagram супроводжувався створенням офіційного сайту України з аналогічною метою просування позитивного іміджу держави. «Ми створили сайт UKRAINE.UA, аби світ дізнався про справжню Україну: креативну, динамічну, інноваційну. Країну різноманіття та чаруючої природи. Країну свободи та гідності. Країну, в якій тисячолітня історія та культура доповнені амбітним баченням майбутнього», - заявив міністр закордонних справ України Дмитро Кулеба [22]. На сайті також розміщений своєрідний «фотобанк», який складається з найкращих робіт українських фотографів відібраних на конкурсній основі. Як зазначає міністр, світлина можуть бути використані в некомерційних цілях для просування України за кордоном [22]. На нинішньому етапі сайт функціонує англійською мовою, однак планується запуск платформи на іспанській, французькій,

китайській та арабській мові. «Іноземці зможуть познайомитись із Україною онлайн, зацікавитися нею і згодом відвідати, інвестувати чи приїхати на навчання до нашої держави», - додав глава МЗС України [22].

Нині основним каналом комунікації, висвітлення актуальних новин у внутрішньому та зовнішньому інформаційному полі, форматором позитивного іміджу країни на міжнародному рівні постає МЗС України, яке активно використовує весь арсенал цифрової дипломатії. Зокрема, міністерство користується функціоналом нових медіа, а саме: має аккаунти у Facebook, Twitter, Instagram, а також є в наявності офіційний сайт. Станом на вересень 2021 року кількість «фоловерів» в даних соціальних мережах становить:

- Facebook – 81 703 осіб;
- Twitter – 98 230 осіб;
- Instagram – 5748 ос.
- офіційний сайт – 1.8 млн. осіб

В процентному співвідношенні можна спостерігати таку залученість українців до соціальних мереж МЗС: Twitter – 53%, Instagram – 3%, Facebook – 44% (дод. 6). При цьому кількість осіб, які відвідали офіційний сайт МЗС, станом на липень становить: 1,8 млн ос., з них 841,8 тис. осіб – унікальних відвідувачів. Виділено ТОП-5 країн, з яких надходить найбільше трафіку до офіційного сайту МЗС:

- Україна – 32%;
- Польща – 11,8%;
- США – 8,69%;
- Німеччина – 7,56%;
- Росія – 3,58% (дод. 7).

Важливо також відмітити багатофункціональність сайту МЗС, який вирішує ряд критично важливих проблем, таких як:

- консульські питання;

-надання інформації про зовнішні відносини між Україною та іншими державами;

-інформація щодо географічного розташування посольств та консульств України;

-висвітлення оперативної актуальної інформації в розділі «Новини»;

-публікація календаря подій при МЗС;

-надання інформації щодо протидії агресії РФ [67].

Останній пункт заслуговує окремих коментарів та детального аналізу. Мета даного розділу полягає у формуванні комунікаційної політики спрямованої на інформування української спільноти щодо реальних наслідків та причин гібридної війни з боку Росії. Таким чином, спеціалісти підготували 10 фактів про збройну агресію Росії проти України в текстовій формі, підкріпленою візуалізацією:

1. Росія запланувала збройну агресію проти України заздалегідь. Перемога Революції Гідності стала лише зручним приводом.
2. Російська агресія мала на меті знищення України як незалежної держави
3. Збройна агресія – лише один з інструментів гібридної війни РФ проти України.
4. Мужність українського народу та солідарність міжнародного співтовариства з Україною стали на заваді реалізації агресивних планів Кремля.
5. Російська агресія призвела до жахливих гуманітарних наслідків.
6. Мінські домовленості регулярно порушуються Росією.
7. Розпочавши збройну агресію проти України, Росія порушила фундаментальні норми та принципи міжнародного права, низку двосторонніх та багатьох договорів та угод.
8. Росія регулярно направляє кадрових військових та зброю на Донбас через неконтрольовану ділянку українського-російського державного кордону.



9. Порухення територіальної цілісності та недоторканності кордонів, погрози силою, втручання у внутрішні справи інших держав стали звичною практикою Росії.

10. Зупинити Російську агресію можна лише посиленням скоординованого тиску міжнародного співтовариства на РФ [22].

Дані факти були опубліковані на сайті МЗС 9 грудня 2019 року, по суті через 5 років після початку збройної агресії Росії проти України. Це свідчить про неоперативність надання інформації широким верствам населення та некомпетентність у швидкому реагуванні на зовнішньополітичні чинники, які мають на меті дестабілізувати політичну ситуацію в Україні [59].

Наступний розділ «Протидії агресії РФ» присвячено тимчасовій окупації АР Крим та м. Севастополя. В ньому охарактеризовано історичні аспекти формування приналежності автономної республіки Крим до нашої держави та надано хронологічний опис анексії півострова. Таким чином, даний підрозділ сайту МЗС виконує функцію ознайомлення суспільства з наслідками окупації Росією АР Крим, порушеннями норм міжнародного гуманітарного права, порушеннями прав людини і демократичних свобод та з катастрофічними наслідками російської політики, яка завдала збитків місцевій екосистемі Криму. Окреме чільне місце посідає інформативна кампанія щодо Кримської платформи, міжнародної реакції спільноти на незаконну окупації АР Крим з боку Російської Федерації та міжнародні санкції проти неї на тлі гібридної війни з Україною. Даний розділ був створений 9 червня 2021 року, що становить 7 років після початку збройної агресії Росії. Це ще один доказ неоперативної обробки інформації з боку МЗС України. Розділ сайту про тимчасову окупацію територій у Донецькій та Луганській областях був створений 9 червня 2021 року, однак станом на жовтень 2021 року до тепер не дописаний [73].

Таким чином, можна зробити висновок, що сайт МЗС України є досить багатофункціональним та виконує ряд задач, однак він відзначається

запізнілою реакцією на зовнішньополітичні подразники, що відіграють вагомую роль у формуванні дипломатичного вектору держави на міжнародній арені.

Більшою активністю відзначається Facebook-акаунт МЗС України. Станом на жовтень 2021 року дана сторінка налічує 82 132 особи «фоловерів» та 72 тис. вподобань з боку цільової аудиторії. Тематика контенту сторінки стосується надання актуальної інформації щодо зовнішньополітичної діяльності українських дипломатів, міжнародних новин, культурної та спортивної дипломатії. SMM-спеціалісти Facebook-акаунту МЗС України активно публікують дописи майже щодня, що позитивно відображається на формуванні іміджу держави на міжнародній арені. В середньому один допис набирає 105 вподобань з боку аудиторії.

Найбільш динамічною в аспекті функціонування та активності користувачів є офіційний акаунт МЗС в соціальній мережі Twitter, яка була створена в травні 2020 року. Станом на листопад 2021 року кількість фоловерів становить 98 230 осіб. В середньому співвідношенні один пост на офіційній сторінці МЗС в соціальній мережі Twitter набирає 93 лайків та 24 ретвіти. Сміслові наповнення контенту акаунту різностороннє та стосується таких тем, як: економіка, політика, соціальні аспекти та екологія. МЗС також активно поширює в себе на сторінці записи міністра закордонних справ України – Дмитра Кулеби. Його акаунт в соціальній мережі Twitter був вперше зареєстрований в листопаді 2014 року, що свідчить про активну громадську позицію політика, його усвідомлення перспективи розвитку нових медіа в контексті ефективного інструменту протидії латентній агресії Російської Федерації на Сході України. Це підтверджує той факт, що він був одним із перших українських політичних діячів, які започаткували тенденцію використання соціальної мережі Twitter для просування зовнішньополітичних цінностей та інтересів України на міжнародній арені, що зумовлює збільшення залучення міжнародної спільноти до нагальних проблем України соціального, економічного та політичного характеру. На нинішньому етапі станом на листопад 2021 року кількість фоловерів офіційного акаунту Дмитра Кулеби

становить 55 387 особи. В середньому один запис на сторінці набирає 114 лайків та 17 ретвітів, при чому кількість лайків твітів Дмитра Кулеби на 23 % перевищує офіційних аккаунт МЗС, однак на 28 % менше по кількості ретвітів.

Для порівняння проаналізуємо інші офіційні сторінки в соціальній мережі Twitter таких ключових політичних діячів України, як: Володимир Зеленський, Петро Порошенко, Денис Шмигаль, Юлія Тимошенко, Віталій Кличко, Олег Ляшко, Клімкін Павло, Турчинов Олександр, Арсен Аваков, Арсеній Яценюк.

№	Політичний діяч	К-ть фоловерів	К-ть осіб, на кого підписаний	К-ть публікацій
1.	Петро Порошенко	1 139 305	55	20 046
2.	Денис Шмигаль	44 08	73	758
3.	Юлія Тимошенко	203 629	7	523
4.	Віталій Кличко	398 099	57	1479
5.	Олег Ляшко	265 006	820	5314
6.	Володимир Зеленський	315 545	0	1412
7.	Клімкін Павло	322 042	276	4366
8.	Турчинов Олександр	263 703	232	2487
9.	Арсен Аваков	556 531	322	2608
10 .	Арсеній Яценюк	537 411	55	3147

Таким чином, можна зробити висновок, що найбільш активним користувачем соціальної мережі Twitter, який тверезо оцінює потенціал нових медіа, їх ефективність для забезпечення національних інтересів держави, просування власного іміджу як політичного діяча є колишній президент України – Петро Порошенко. Саме він займає лідируючі позиції по кількості фоловерів та твітів. Це може також свідчити про його вплив на цільову аудиторію на сучасному етапі та прагнення зберегти політичний вплив на

українське суспільство. І оскільки аккаунт Петра Порошенка в соціальній мережі Twitter користується більшою популярністю, ніж аккаунт діючого президента України Володимира Зеленського, то можна припустити, що в наступній передвиборчій кампанії саме Twitter буде використовуватися, як основний інформаційно-комунікаційний канал між політичним діячем та українським суспільством.

Отже, на сучасному етапі дипломати використовують всі блага інформаційно-комунікаційних технології для забезпечення розвитку цифрової дипломатії не тільки в інформаційному полі держави, але і поза її межами. Таким чином, таке активне використання інструментів цифрової дипломатії стимулює креативність у дипломатів та лідерів держав, що сприяє її зміцненню провідних позицій на міжнародній арені та формуванню позитивного іміджу країни.

Основоположним вектором розвитку цифрової дипломатії можна вважати стратегію Сполучених Штатів Америки, адже саме вони сформували її концептуальні засади. США активно використовують всі засоби електронної дипломатії в таких її проявах, як: соціальні мережі, Інтернет-ЗМІ, блоги та офіційні сайти дипломатичних представництв. Окремим напрямком, який забезпечив потужну комунікацію з цільовою аудиторією та просування бренду держави, можна вважати Твіттер-дипломатію, основоположником якої вважається экс-президент США Дональд Трамп. Саме він переосмислив використання даної соціальної мережі як потужного майданчику для комунікації з лідерами держав та громадським суспільством. Гучні промови Дональда Трампа спричинили не тільки критичні зміни в політичних процесах та дилемах, але і в економічному аспекті теж, обваливши всі міжнародні торговельні біржі.

За допомогою Твіттеру тогочасному президенту США вдалося продемонструвати офіційні позиції держави на міжнародні проблеми та події, що викликало у публіки доволі резонансну і неоднозначну реакцію. Саме через

це його аккаунт на даній платформі був заблокований, що спричинило бурхливу реакцію суспільства, яка вважала, що дана політика компанії посягає на конституційні права людини на свободу слова.

Україна теж не відставала від європейських трендів ведення зовнішньополітичної діяльності, хоча процес формування концепції вітчизняної дипломатії відбувався набагато пізніше порівняно з іншими міжнародними акторами. На початкових етапах інструменти цифрової дипломатії в Україні характеризувалися інфантильністю та не забезпечували реалізації всіх покладених на неї завдань. Сайт МЗС не відповідає сучасним викликам реальності, оскільки розділи щодо збройної агресії Російської Федерації не є довершеними. Таким чином, офіційний сайт Міністерства закордонних справ України не до кінця реалізовує потребу в створенні комунікативного вектору держави з агітаційними компонентами для інформаційного протиборства в гібридній війні з Росією.

Електронна дипломатія є сферою перспективного розвитку в механізмі захисту національних інтересів держави, тим самим формуючи її позитивний імідж на міжнародній арені. Створення нової соціальної структури механізму використання цифрового потенціалу у сфері публічної дипломатії сприятиме запровадженню нових комунікаційних практик для впровадження цифрових дипломатичних послуг у державному управлінні.

## РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ МЕДІЙНОГО ТА СОЦІАЛЬНОГО НАПРЯМУ В ЦИФРОВІЙ ДИПЛОМАТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ДЕРЖАВ

### 3.1. Шляхи вирішення проблеми гальмування розвитку цифрової дипломатії в Україні

З огляду на глобальну тенденцію становлення та розвитку медіадемократії надзвичайно важливо як науковій спільноті, так і владі приділяти пильну увагу інформаційному простору. Це один з найважливіших рівнів взаємодії влади та громадськості, заснований на існуванні в будь-якому суспільстві комплексу засобів посередницького знання – символічного простору, втіленого в організаційній структурі, який часто стає єдиним джерелом інформації для громадян.

Оскільки Україна відносно молода держава, яка нещодавно здобула незалежність, її потенціал розвитку у різних сферах є вагомим. Це стосується і інформаційно-комунікаційного вектору, в якому Україна ще не відчуває самотності та незалежності. Мова йде насамперед про такі ключові елементи цифрової дипломатії, як: засоби масової комунікації та нові медіа.

Для України, реалізація тих чи інших форм публічної дипломатії пов'язана також з декількома чинниками. По-перше, для нашої держави, як і для усіх країн пострадянського простору з самого початку було критично важливо сформувати свою абсолютно нову ідентичність та забезпечити її впізнаваність по всьому світу, позаяк, фактично, Україна з отриманням незалежності виникла заново, навіть враховуючи попередні періоди державності. Звертаючись до історичного контексту, можна зробити висновок, що в різні періоди часу, коли Україна мала незалежність (до утворення СРСР), поняття публічної дипломатії і відповідно цифрової дипломатії не існувало в принципі, тож для нашої щойно народженої заново держави цей напрямок був повністю новим [48].

Із здобуттям Україною незалежності, першочерговим завданням, що постало перед нашою державою було відокремити себе від Росії, з якою ототожнювали і досі ототожнюють усі країни колишнього СРСР на Заході, у сприйнятті міжнародного співтовариства. Більше того, це питання залишається актуальним і наразі, після Революції Гідності та війни Росії проти нашої держави. Про це, зокрема, свідчать результати опитування, яке у 2015 році на замовлення Інституту світової політики провела компанія TNS. Аналізуючи фактори сприйняття України в Євросоюзі, компанія отримала такі результати: на запитання, з чим у них асоціюється Україна перші три місця займали слова «війна», «Росія» та «бідність» [31].

Таким чином, саме тривала недостатня увага до розбудови системи публічної дипломатії України та недооцінка гуманітарного впливу, як ефективного інструменту реалізації зовнішньої політики держави, призвела до таких наслідків. З моменту здобуття незалежності, було необхідно забезпечити іноземну аудиторію елементарною, базовою інформацією про Україну, яка могла б при згадуванні нашої країни формувати в свідомості іноземців певні позитивні асоціації та виробляти певні схеми мислення.

Для того, щоб краще розуміти реалії сучасного стану концепції цифрової дипломатії в Україні та її використання вітчизняними дипломатами, пропонується розробити наступний SWOT-аналіз:

<b>Сильні сторони:</b>	<b>Слабкі сторони:</b>
<p>1. Висока кваліфікація українських ІТ-спеціалістів, які цінуються за свій професіоналізм і поза межами країни, що надасть змогу запровадити нові механізми цифрової дипломатії в Україні.</p>	<p>1. Відсутність загальної національної інформаційно-комунікаційної стратегії в Україні для ефективного використання всіх засобів цифрової дипломатії.</p> <p>2. Недостатня кількість високваліфікованих кадрів для</p>

<p>2. Великий потенціал людських ресурсів для реалізації ведення зовнішньополітичної діяльності в онлайн-секторі.</p>	<p>ведення акаунтів в соціальних мережах вітчизняних політичних діячів.</p> <p>3. Відсутність поняття «факт-чекінг» в журналістів та SMM-спеціалістів політичних діячів при висвітленні тих чи інших подій в соціальних мережах.</p> <p>4. Недостатнє фінансування з боку держави на розвиток цифрової дипломатії в Україні.</p> <p>5. Зарегульованість та неефективне законодавство.</p> <p>6. Низький рівень цифрової грамотності населення.</p> <p>7. Наявність застарілою ІТ-інфраструктури.</p>
<p><b>Можливості:</b></p> <p>1. Можливість формувати позитивний бренд та імідж України поза межами країни за допомогою механізмів цифрової дипломатії та сучасних інформаційно-комунікаційних технологій.</p> <p>2. Можливість просувати національні інтереси держави за</p>	<p><b>Загрози:</b></p> <p>1. Недостатній рівень кібер-безпеки для якісного функціонування цифрової дипломатії на теренах України.</p> <p>2. Відсутність нормативно-правових актів, що регулюють діяльність нових медіа в Україні, може становити загрозу для</p>



<p>допомогою соціальних мереж та нових медіа.</p> <p>3. Можливість застосування штучного інтелекту та нових інформаційно-комунікаційних технологій для формування якісного інформаційного поля як всередині країни, так і поза її межами.</p> <p>4. Можливість сформувати якісний інформаційно-політичний вектор на тимчасово окупованих територіях України за допомогою ефективного використання засобів цифрової дипломатії.</p>	<p>професійної журналістської діяльності в онлайн секторі.</p>
--	--

Для вирішення потенційних загроз та покращення інвестиційного клімату інформаційно-комунікаційних технологій для розвитку цифрової дипломатії Україні потрібно вирішити ряд проблем.

В першу чергу потрібно залучати медіа як потужний засіб публічної дипломатії. Україна має досить велику культурну спадщину, людські ресурси та наукове підґрунтя, які повинні бути використані на користь нашої держави для розбудови принципів демократизації, через призму м'якої сили. Варто також враховувати постулат медіа як ключовий елемент взаємодії громадянського суспільства з представниками державної влади, коли напряду у індивіда не має змоги до нього звернутися. Засоби масової інформації виконують роль інструменту впливу на суспільство, за допомогою них влада просуває власні цілі та інтереси. Також даний аспект може позитивно та продуктивно впливати на інвестиційний клімат держави та створення позитивного її іміджу і поза межами країни.

Однак, для реалізації даного завдання Україна стикнулася із масою проблем. По перше, це стосується фінансово-економічних показників держави, в яких вона, на жаль, не має значних ресурсів для просування своїх цілей. Наприклад, Україна не має власних інформаційних агентств, що негативно відображається на формуванні інформаційного поля соціуму. Вітчизняні медіа не мають змоги просувати в широкі маси власні новини та інтереси України за допомогою засобів масової інформації за межами держави в іноземному інформаційному полі, тим більше, коли даний ринок вже давно поділений такими медіа-гігантами, як: BBC, CNN, Bloomberg, Reuters, Euronews [70].

По-друге, для об'єктивного адекватного сприйняття українських медіа як засобів просування національних інтересів та елементом цифрової дипломатії за межами України, вітчизняним журналістам бракує професіоналізму, спільної медіа стратегії, а державі чіткої регламентації прав та норм інформаційних ресурсів, які функціонують в онлайн-площині. Так українські журналісти достатньо відкрито та часто порушують принципи журналістської етики та галузевих стандартів. Вони нехтують такими поняттями, як: факт-чекінг, перевірка інформації на достовірність перед запуском її в інформаційне поле суспільства, домінування принципу оперативності над якістю контенту, що підкріплюється спробами зробити його більш клікабельним та відповідно монетизованим. Такі недоліки вітчизняного медіа вектору призводять до виникнення надмірної кількості фейкової інформації, дезінформації та маніпулювання масовою свідомістю, що негативно відображається на спробах України застосувати медіа в сфері цифрової дипломатії поза межами держави [61].

Для вирішення цієї проблеми пропонується розробити чітку державну медіа стратегію, оскільки серед українських журналістів відсутнє відчуття медійної цілісності. Останній прояв медійного групування в інформаційному

просторі спостерігався в 2014 році, однак такий причинно-наслідковий зв'язок виник через ілюзорний революційний невроз на тлі Євромайдану.

По-третє, в Україні спостерігається достатньо низький рівень цифрової грамотності. Про це свідчать нещодавні дослідження Міністерства та Комітету цифрової трансформації України, опубліковані 25 травня 2021 року. «У кінці 2019 року, до початку пандемії, ми провели перше в історії України дослідження цифрових навичок громадян. Виявилось, що 53% українців володіють цифровими навичками нижче базового рівня, зокрема, 15% українців взагалі не мають цифрових навичок. Саме тому ми реалізуємо проєкт Дія. Цифрова освіта, щоб навчити 6 млн українців цифрової грамотності за 3 роки, а також реалізуємо освітні та консультативні ініціативи в межах проєкту Дія. Бізнес» [42]. Дослідники з Мінцифри також виділили декілька основних проблемних аспектів реалізації розвитку цифрових технологій в контексті дипломатії, а саме:

- зарегульованість та неефективне законодавство;
- недостатнє фінансування з боку державної влади;
- відсутність цифрової грамотності;
- застаріла IT-інфраструктура;
- проблема з кібербезпекою та конфіденційністю.

Отже, просування позитивного іміджу України за її теренами практично неможливий за допомогою традиційних медіа. Однак не варто недооцінювати стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, процес глобалізації та роль Інтернету для впливу на цільову аудиторію. Саме тому українським журналістам варто звернути увагу на охоплення такої нішевої аудиторії через Інтернет-видання та нові медіа, що є взаємопов'язаним поняттям із соціальними мережами. Перспектива трансформації засобів масової інформації із традиційних в онлайн-площину є вагомою та підкріплена стрімким збільшенням користувачів інтернету. Так, згідно з дослідженнями

видання Factum Group, станом на 2019 рік кількість українських користувачів Всесвітньої мережі інтернет становить 22, 9 млн. осіб[11].

Варто також відзначити вагомий приріст аудиторії, яка вперше зареєструвалася в соціальних мережах в 2019-2021 рр. Згідно з дослідженнями GlobalLogic, лише за один рік, починаючи з 2020 по 2021, вона збільшилася на 7 мільйонів осіб. В процентному співвідношенні дана аудиторія, яка активно використовує соціальні мережі, становить 60% українського населення станом на 2021 рік, в той час як в 2020 році така частка не перевищувала 40% [2]. Найбільш популярною соціальною мережею в Україні залишається YouTube. В процентному співвідношенні дана соціальна мережа охоплює 96% українського населення, яке в середньому проводить в ній 40 хвилин на день. На другому місці в Україні знаходиться Instagram та Facebook, частка аудиторії яких збільшилася у 2021 році на 22% та 7% відповідно. Стрімким та різким зростанням кількості зареєстрованих осіб в Україні зумовлена соціальна мережа Tik-Tok, яка показала у 2021 році рекордний приріст на 500% своєї аудиторії. Відповідно частка українських користувачів цієї соціальної мережі становить 16%. Кількість українських інтернет-користувачів, за даними компанії, зросла на два мільйони, що на 33 відсотки більше, ніж у 2019 році. Станом на початок 2021-го ця кількість становила майже 30 мільйонів, тобто приблизно 67 відсотків населення країни [68].

Такий феномен, перш за все, пов'язаний із всесвітньою пандемією вірусу Covid-19 та карантинними обмеженнями, що вплинуло на потребу людства підтримувати соціально-комунікативні зв'язки за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій. Відповідно з'явилася більша кількість цільової аудиторії, на яку можна впливати за допомогою цифрової дипломатії такими інструментами та засобами, як: соціальні мережі та нові медіа.

Як зазначалося у першому розділі дипломної роботи щодо сегментів функціонування цифрової дипломатії, Україні варто зацентувати свою увагу на деяких з них. Міністерство закордонних справ України лише нещодавно розпочало впровадження цифрових інструментів у роботу національних

установ, які здійснюють діяльність у сфері зовнішніх зносин. Якщо немає дипломатичного представництва для освоєння сучасних цифрових можливостей, цей процес неможливий. Креативні дипломати, які використовують цифрові технології, можуть не лише систематично змінювати свою професійну діяльність, а й ефективно модернізувати інтерактивні засоби комунікації між державою та громадянським суспільством [55].

Якщо не запровадити універсальне цифрове управління, не налагодити успішну комунікацію між державою та інститутами громадянського суспільства, не реформувати систему дипломатичної служби на всіх організаційно-структурних рівнях, то сформувати сучасну соціальну структуру публічної дипломатії в Україні буде практично неможливо. Цифрові дипломатичні інструменти породили нові нестереотипні політичні рішення, які принципово відрізняються від традиційних інструментів державного управління у сфері дипломатичних відносин [50].

Таким чином, стагнація розвитку новітніх механізмів цифрової дипломатії в Україні також пов'язана із недостатньою нормативно-правовою базою регулювання нових медіа в державі. Саме тому для вирішення цієї проблеми пропонується чітко детермінувати та окреслити на законодавчому рівні традиційні засоби масової інформації та новітні. Після виділення ЗМІ у ці 2 групи необхідно застосувати до них ряд законів, що регулюватиме їх діяльність. На нинішньому етапі в Україні діє Закон України «Про телебачення і радіомовлення» чинній редакції від 28 червня 2015 року, що регулює діяльність медіасфери в державі [24]. Проаналізувавши зміст Закону, можна зробити висновок, що в ньому відсутня інформація щодо поняття нових медіа, соціальних мереж і відповідно дані інформаційні ресурси в онлайн-площині в Україні взагалі не регулюються. Це призводить до великої кількості розповсюдження неправдивої інформації, фейків, дезінформації з маніпулятивним характером, джінси, що негативно впливає на становлення позитивного іміджу України на міжнародній арені і відповідно загрожує просуванню національних інтересів держави.

Відсутність професіоналів з цифровими навичками та ефективного використання цього творчого потенціалу може призвести до формалізму, неефективності та статистики дипломатичних процедур, а також до стагнації розвитку нових практик обміну у зовнішньополітичному дискурсі.

Нормативно-правові дії, що стимулюють набуття цифрових можливостей у дипломатичній сфері, дають можливість залучити неурядові організації, які формально та неформально представляють Україну на міжнародній арені. Відсутність єдиного стратегічного підходу та непослідовність впровадження цифрової трансформації на всіх організаційно-структурних рівнях дипломатичного відомства значно знизили ефективність будь-якого інноваційного впровадження. Нинішня аморфність інституту цифрової дипломатії пояснюється відсутністю єдиного координаційного центру прийняття управлінських рішень. На інституційному рівні це питання має вирішити заступник Міністра цифровізації МЗС України, його позицію рекомендовано реалізувати відповідно до постанови Кабінету Міністрів України [40].

Міністерство закордонних справ також активно використовує соціальні мережі для повідомлення про важливі події в Україні та світі, висвітлює процес реалізації різноманітних проєктів та ініціатив. За останні роки МЗС активізувало свою онлайн-активність: у соціальних мережах «Facebook» та «Twitter» з'явилося близько 100 українських дипломатичних представництв за кордоном. За даними ресурсу Twiplomacy, акаунт МЗС України у Twitter займає п'яте місце серед світових лідерів.

Необхідно також зазначити, що Міністерство закордонних справ України вперше в історії українських державних службовців провело інтерв'ю з міністром у Twitter та зустрілося з фоловерами Twitter. Для зручності користувачів оновлено інформацію облікового запису в соцмережі МЗС. Також створено таблицю, що містить зведені дані про онлайн-присутність міністерства та іноземних дипломатичних представництв, що значно

полегшує роботу будь-якого посольства, консульства чи представництва при міжнародній організації в соціальних мережах.

На нашу думку, присутність Міністерства закордонних справ в Інтернеті слід посилити за рахунок публікацій у новинних службах, блогах та відеоблогах у глобальній мережі. Крім того, підвищення рівня такої діяльності має спрямовуватися на перетворення Інтернету у віртуальний форум для громадського обговорення, налагодження партнерських відносин із відповідними організаціями, впровадження ініціатив щодо формування позитивного іміджу за кордоном.

Необхідно також дублювати акаунти англійською мовою – універсальною мовою дипломатії на міжнародній арені, – що зробить українських дипломатів активнішими у сфері віртуальної дипломатії та поглибить їхні зв'язки через дипломатію Twitter. Наприклад, варто надати можливість вести акаунти як англійською, так і українською в соціальній мережі Twitter, що може залучити більше підписників глав урядів, міністрів закордонних справ і дипломатів, а також спонукати громадські та неурядові організації та засоби масової комунікації використовувати цифрову дипломатію для спілкування з Міністерством закордонних справ для повідомлення про власні ініціативи та вимоги для досягнення плідних взаємних обмінів комунікацією [37].

Для використання ресурсів нових соціальних мереж у цифровій дипломатії, звичайно, необхідно розробляти стратегії, навчати співробітників, аналізувати ситуацію. З цієї точки зору корисною може бути співпраця між МЗС та вітчизняними ІТ-компаніями.

Також доцільним було б введення нової спеціалізації «Цифрова дипломатія» до спеціальності 055 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії». Таким чином, можна досягнути реалізації підготовки висококваліфікаційних кадрів на початковому етапі, які містили б

значний людський потенціал та ресурси в ефективному впровадженні цифрової дипломатії на державному рівні [58].

При цьому, якщо співробітники ЦЗ МЗС можуть безпосередньо проводити навчання офлайн в дипломатичній академії, то співробітники посольства та консульства повинні мати можливість навчатися онлайн у формі вебінарів. Міністерство закордонних справ також має запровадити погодження керівників структурних підрозділів держав та КМДА, відповідальних за міжнародні відносини. При цьому найважливішим критерієм відбору, окрім відповідності загально визначеним кваліфікаційним вимогам, має бути також бажання та вміння кандидатів на посади в цих підрозділах використовувати набір інструментів, які успішно використовуються для розвитку цифрової дипломатії іноземними дипломатичними службами.

Через відсутність національної інформаційно-комунікаційної стратегії, недостатню кількість підготовлених експертів та деякі ризики, притаманні роботі в Інтернеті, також обмежені можливості для розвитку вітчизняної цифрової дипломатії. Крім того, необхідні інструменти для оцінки ефективності використовуваних соціальних мереж. Важлива вже не кількість підписників, лайків чи твітів, важливі реальні показники реакції аудиторії на інформацію та трансформацію її сприйняття.

Для ефективного використання всіх благ цифрової дипломатії недостатньо володіти тільки великою цільовою аудиторією в соціальних мережах. Україні потрібна стратегія та інструменти для її реалізації. Міжнародний досвід показує, що велика кількість технологій і методів дозволяє впровадити цифрові механізми в дипломатичну сферу для вирішення питань зовнішньої політики України.

### **3.2. Прогнози використання медіа- та соціальної дипломатії в українській дипломатії на міжнародній арені**



Соціальні медіа в стратегічній комунікації можна впровадити на прикладі американського агентства DAPRA (Defence Advanced Research Projects Agency-US Department of Defense Advanced Research Projects Division), яке запустило проєкт SMISC (Social Media in Strategic Communication) у 2011 році.

Основним завданням проєкту SMISC є забезпечення розробки автоматизованих та напівавтоматизованих засобів і технологій для того, щоб:

- розпізнати структуру інформаційних кампаній про переконання та вплив, що діють у соціальних мережах та спільнотах;
- визначити учасників та їхні наміри для вимірювання ефективності діяльності переконання;
- протистояти інформації опонента під час операції детермінованого впливу;
- визначити, класифікувати та відстежувати такі сфери, як: освіта, розвиток і поширення концепцій та ідей, а також цілеспрямованість неправдивих повідомлень і дезінформації [57].

На нинішньому етапі реформування існуючої структури влади в Україні функціонування цифрової дипломатії також має включати кілька сфер, де цифрова дипломатія є особливо ефективною як ресурс для Міністерства закордонних справ.

Перш за все, Міністерство закордонних справ виступає в ролі модератору діалогу: для встановлення контакту з онлайн-аудиторією та формування нових комунікаційних інструментів, ініціатором такого діалогу можуть виступати як самі учасники громадянського суспільства, так і Міністерство закордонних справ.

Питання використання штучного інтелекту у сфері дипломатії детально вивчено в галузі міжнародної безпеки та інформаційно-аналітичної діяльності, зокрема моніторингу виконання досягнутих домовленостей. Цифрові платформи також можуть стати інструментами для управління дипломатичними кризами. Зокрема, вони можуть допомогти співробітникам

посольства та Міністерства закордонних справ зрозуміти природу та серйозність подій у країні, спростити прийняття рішень, взяти на себе суспільні очікування та допомогти подолати кризу. Цифрові інтелектуальні платформи можуть стати незамінним інструментом для дипломатичного врегулювання криз, включаючи допомогу посольствам і міністерствам охорони здоров'я зрозуміти природу і значення подій у реальному часі, спростити прийняття рішень, керувати очікуваннями громадськості та допомогти подолати кризу [38].

Загалом усі ці елементи дозволяють сформувати базову структуру цифрової системи дипломатичної діяльності, яка включає використання технологій штучного інтелекту для забезпечення:

- збору та аналізу даних у міжнародній політиці;
- розробки алгоритмів коректної поведінки дипломатів;
- прогнозування закордонних подій, створення потенційних сценаріїв;
- зниження ризиків та оптимізація прийняття управлінських рішень;
- ведення переговорів, зіставлення інформації, документів у дипломатичних представництвах та роботі консульської служби;
- подолання комунікаційних бар'єрів між країною та громадянами інших країн;
- підвищення безпеки дипломатичних представництв;
- вирішення дипломатичних криз, підтримка миротворчих операцій та вирішення міжнародних суперечок і конфліктів [34].

Тому, враховуючи викладене вище, пропонуються такі практичні пропозиції до органів державної влади щодо механізму впровадження цифрової дипломатії у сфері української дипломатії, зокрема:

1. Створення та підтримка позитивного іміджу держави в умовах глобалізованого світу, особливо для впровадження національних брендів у мережевому середовищі за допомогою Міністерства закордонних справ, яке виконує функцію модератора діалогу на міжнародній арені;
2. Забезпечення консульської діяльності в онлайн-форматі;

3. аналіз великої кількості інструментів цифрової дипломатії, які можна використовувати для прогнозування політики та розробки стратегічного планування;
4. Забезпечення відкритості влади в цифровому кіберпросторі є безперечною вимогою, як і інші джерела інформації
5. Надавати відповідні вказівки експертам органів державної влади, які працюють у сфері зовнішніх відносин, щоб визначити їхнє спілкування у випадку необережних повідомлень (твітів) чи інших цифрових повідомлень, а також розробити нові цифрові формати для внутрішніх, міжвідомчих та міжнародних відносин з дипломатами.
6. Формування вимог цифрової культури та їх суворя відповідність у сфері зовнішніх відносин, застосування штучного інтелекту в дипломатичній діяльності: збір та аналіз даних у сфері міжнародної політики, розробка алгоритмів коректної поведінки дипломатів, прогнозування сценаріїв різноманітні заходи у сфері дипломатії Знижуйте ризики та приймайте найкращі управлінські рішення;
7. Забезпечення здійснення ефективних переговорних процесів;
8. Організовувати інформацію, вести документи в роботі дипломатичних представництв та надавати консульські послуги;
9. Подолання комунікаційних бар'єрів між країною та громадянами інших країн;
10. Підвищення рівня безпеки дипломатичних представництв, вирішення дипломатичних криз;
11. Підтримка миротворчих операцій та вирішення міжнародних суперечок і конфліктів [35].

## ВИСНОВКИ

Отже, світовий політичний процес має вирішальний вплив для міжнародних відносин, а складність подій змушує розвивати нові форми взаємодії та співробітництва між державами. Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій призвів до зростання ролі соціальних мереж, що в наш час стали заміною традиційних комунікаційних методів отримання, поширення та обміну інформацією. За допомогою соціальних мереж політичні та дипломатичні еліти можуть безпосередньо спілкуватися з народом та об'єднувати учасників політичного життя.

Цифрова дипломатія, на відміну від традиційних методів зовнішньополітичної діяльності, має горизонтальну модель поширення обміну інформацією, в якій комунікаційні процеси відбуваються в багатосторонньому напрямку. Отже, можна зробити висновок, що новітні інформаційно-комунікаційні технології в аспекті цифрової дипломатії, мають на меті захищати національні інтереси держави, створювати її позитивний імідж на міжнародній арені.

Ефективне використання ресурсного потенціалу електронної чи цифрової дипломатії для забезпечення лідерства знайшло своє відображення в інформаційній стратегії США в реалізації зовнішньої політики. В основному це відображається в діяльності Державного департаменту Сполучених Штатів Америки (Управління інформаційними ресурсами) та Агентства США з міжнародного розвитку. Саме вони сформулювали відповідні плани щодо модернізації роботи дипломатів та поширення цінностей і політики США в ЗМІ та Інтернет.

Зокрема, нові медіа, соціальні мережі та блоги активно беруть участь у реалізації зовнішньої політики Вашингтона, що підтверджує використання соціальної мережі Twitter екс-президентом США Дональдом Трампом. Варто зазначити, що деякі коментарі президента в соціальних мережах є випереджуваними і не відповідають усталеній лінії зовнішньополітичного

курсу Сполучених Штатів, і є такими, що привернули увагу міжнародної спільноти до цієї держави.

На державному рівні засоби цифрової дипломатії також активно використовують європейські країни. Безперечними лідерами в цьому є Великобританія, Німеччина, Франція, Італія. Також, деякі країни Близького Сходу, особливо Туреччина та Катар, мають тенденцію до підвищення рівня використання цифрової дипломатії.

Україна теж не відстає від передових тенденцій у веденні зовнішньополітичної діяльності. Саме тому вона використовує майже весь потенціал механізмів цифрової дипломатії у міжнародних відносинах, реалізуючи їх через такі інструменти, як: створення акаунтів дипломатичних представництв в соціальних мережах (Twitter, Facebook, Instagram), ведення облікових записів політичними діячами та дипломатами в соцмережах, постійне оновлення сайту МЗС. Однак, незважаючи на вище перелічені спроби України застосовувати методи цифрової дипломатії, держава має низку недоліків в їх реалізації.

Перш за все, мова йде про наступні показники, що гальмують розвиток електронної дипломатії в Україні:

- низький рівень державного фінансування на розвиток інформаційно-комунікаційних технологій;
- недостатня зацікавленість держави в модернізації інструментів ведення дипломатичної діяльності в онлайн-секторі;
- нестабільний інвестиційний клімат в розвиток технологій;
- відсутність інформаційно-комунікаційної стратегії на державному рівні;
- низький рівень медіа грамотності, медіа обізнаності та цифрової грамотності українського населення;
- відсутність нормативно-правової бази для регулювання інформаційних онлайн-ресурсів;

- застаріла вітчизняна IT-інфраструктура та недостатня кількість висококваліфікованих кадрів в галузі цифрової дипломатії.

Таким чином, враховуючи економічні, безпекові та державні можливості управління інформаційним сектором, необхідно використовувати потенціал цифрової дипломатії. Слабкістю цифрової дипломатії залишається загроза «витоку» інформації, що для свого захисту потребує певних засоби. Цей вид обміну відкриває нові можливості для обміну інформацією в реальному часі, найбільшою мірою прискорює процес зовнішньої політики. Незважаючи на швидкі зміни у сучасному світі, основним завданням дипломатії залишається – забезпечення всіх можливих умов для захисту та просування національних інтересів.

Звичайно, цифрова технологія не може повністю замінити багатовіковий дипломатичний принцип, але її адаптація до її цілей і функцій позитивно впливає на реалізацію основних завдань дипломатичної діяльності, ефективність та відкритість результатів та прозорість.

Тому переваги використання цифрової дипломатії переважають над недоліками, першочергово посилюючи вплив країни на міжнародній арені та реалізуючи її національні інтереси.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрощук Г. А. Индекс цифровой экономики і суспільства 2020 (DESI 2020). *Юридична газета*: веб-ресурс. URL: <https://yur-gazeta.com/golovna/indeks-cifrovoyi-ekonomiki-i-suspilstva-2020-desi-2020.html> (дата звернення: 08.11.2021). (26)
2. Антюхова Е. А. Цифровая дипломатия США как сегмент публичной дипломатии НАТО. Вестник Брянского государственного университета, 2016. С. 11-14.
3. Байден взяв під контроль офіційний акаунт президента США в Twitter. *Українська правда*: веб-ресурс. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2021/01/21/7280648/> (дата звернення: 03.09.2021). (16)
4. Балабанов К. В., Трофименко Н. В. Информационный ресурс современной дипломатии. Евразийская интеграция: экономика, право, политика, 2016. С.135-139.
5. Барышников Д. Н., Туленков А. Ю. "Цифровая дипломатия" и государственный суверенитет в эпоху глобализации. Вестник СПбГУ, 2018. С.121-128.
6. Батюкова Н. Media diplomacy: history and prospects. *Політ. Сучасні проблеми науки*: зб. матеріалів Міжнар. наук-практ. конф. Київ : НАУ, 2021. С. 68-70.
7. Батюкова Н. Медіа дипломатія: історія та перспективи застосування в зовнішньополітичній діяльності держави. *Сучасні міжнародні відносини: актуальні проблеми теорії і практики-2021*: зб. матеріалів Міжнар. наук-практ. конф. Київ : НАУ, 2021. С. 101-106.
8. Батюкова Н. Твіттер-дипломатія як основоположна стратегія зовнішньополітичного вектору Дональда Трампа. *Формування сучасної науки: методика та практика*: зб. студ. наук. конф. Кам'янець-Подільський, 2021. С. 88-90.

9. Безугла К. О. Сучасний стан сектору інформаційних технологій в Україні. Економіко-математичне моделювання систем: зб. наукових праць, 2018. С. 50-70.
10. Бритенкова Н. Информационное пространство международных отношений на современном этапе: интернет как инструмент внешней. Киев, 2017. С. 81.
11. Бричик К. В, Степанов В. Г. Цифрова дипломатія як інструмент масової комунікації в публічному управлінні. *Вісник Національної академії державного управління при Президентові України*: веб-сайт. URL: <http://visnyk-nadu.academy.gov.ua/article/view/216693> (дата звернення: 10.08.2021). (1)
12. Вербицька В. В. Теоретичні основи віртуальної дипломатії. *Грані*. 2017. №11. С. 35-37.
13. Вербицька В. В. Функціонування віртуальної дипломатії в умовах становлення глобального інформаційного суспільства: національне та міжнародне регулювання. Збірник наукових праць "Гілея: науковий вісник", 2016. С.324-328.
14. Вербицька В. Теоретичні основи віртуальної дипломатії. *Грані*, 2016. С.34-37.
15. Верхогляд В. Б. Українсько-австрійське економічне співробітництво у 1991-2000 роках: автореф. дис. канд. іст. наук: 07.00.01 / Донецький національний ун-т. Донецьк, 2019. 19 с.
16. Викулова Л. Г. Институциональный дискурс цифровой дипломатии: новые коммуникативные практики. Вестник Волгоградского государственного университета, 2016. С.54- 65.
17. Виноградова С. М. Медиарилейшнз в контексте взаимодействия публичной дипломатии, PR и GR: концептуальные аспекты. *Управленческое консультирование*: веб-ресурс. URL:<http://sfs.gov.ua/baneryi/mitne-oformlennya/vijdjayuchim-v-ukrainu/>



- normativno-pravovi-akti-ukraini-z-pit/62493.html. (дата звернення: 11.09.2021).
18. Войтович Р. В. Вплив глобалізації на систему державного управління (теоретико-методологічний аналіз): Київ, 2017. 680 с.
19. Габер Є. Міжнародні відносини в епоху штучного інтелекту. Київ, 2017. С. 51.
20. Гаврилов Д. В. Дочирікался: как высказывания Трампа в Twitter влияли на рынки, компании и состояния. *Forbes*: веб-сайт. URL: <https://www.forbes.ru/finansy-i-investicii/418333-dochirikalsya-kak-vyskazyvaniya-trampa-v-twitter-vliyali-na-rynki> (дата звернення: 09.09.2021). (4)
21. Гайдай Д. Twitter-політика, або революція у політичному процесі: веб-ресурс. URL: <http://obozrevatel.com/abroad/07924-twitter-politika-abo-revoljutsia-v-politishnomu-protsesi.htm> (дата звернення: 18.11.2021). (85)
22. Десять фактів про збройну агресію Росії проти України. *Міністерство закордонних справ України*: веб-ресурс. URL: <https://mfa.gov.ua/10-faktiv-pro-zbrojnu-agresiyu-rosiyi-proti-ukrayini> (дата звернення: 07.10.2021). (21)
23. Експерти радять МЗС збільшити присутність у соціальних мережах URL: <https://www.unian.ua/society/739914-eksperti-radyat-mzs-zbilshiti-prisutnist-u-sotsialnih-merejah.html> (дата звернення: 23.10.2021).
24. Закон № 386-р "Про схвалення Стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні": веб-ресурс. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/386-2013-%D1%80> (дата звернення: 29.10.2021).
25. Заславська О. Органи державної влади України як відкрита інформаційна система. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Політологія, Соціологія, Філософія, 2009. С.190-194.
26. Индекс цифровой экономики и общества (DESI) 2020. *EU4Digital*: веб-ресурс. URL: <https://eufordigital.eu/ru/library/digital-economy-and-society-index-desi-2020/> (дата звернення: 03.10.2021). (25)

27. Исследования двойственности BCW (Burson Cohn & Wolfe) изучают, как главы государств и правительств, министры иностранных дел используют каналы социальных сетей: веб-ресурс. URL: <http://www.govtpracticewpp.com/insights/twiplomacy/> (дата звернення: 11.11.2021).
28. Иванова А. Б., Качинська Н. О. Твіттер-дипломатія як інструмент публічної дипломатії США. *Гілея: науковий вісник*: веб-ресурс. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya\\_2013\\_78\\_122](http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya_2013_78_122) (дата звернення: 19.10.2021).
29. Карпенко О. В., Куйбіда В. С. Інформаційно-комунікативна діяльність органів публічної влади: монографія: Київ, 2019. 358 с.
30. Кащишин Н.Є. Дипломатичний дискурс як вид інституційного дискурсу. Наукові записки. Серія. : Філологічні науки: Кропивницький, 2017. с. 232-235.
31. Кирилюк А. В. Проблеми становлення та розвитку публічної дипломатії України. *Міжнародні студії викладачів та студентів / Київський університет імені Бориса Грінченка*: веб-ресурс. URL: [https://fpmv.kubg.edu.ua/images/stories/Departaments/2021/Navchana\\_doslidgena/Zbirnuk.pdf](https://fpmv.kubg.edu.ua/images/stories/Departaments/2021/Navchana_doslidgena/Zbirnuk.pdf) (дата звернення: 03.11.2021). (82)
32. Козырева А. А. Почему социальные сети являются инструментом политической власти? Київ, 2016. С. 56–59. (13)
33. Кононенко Ю. А., Літра Л. М. ТВИТЕР-ДИПЛОМАТІЯ ЯК НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ МОЖУТЬ ПОСИЛИТИ МІЖНАРОДНІ ПОЗИЦІЇ УКРАЇНИ? *Policy Brief*: веб-ресурс. URL: <http://neweurope.org.ua/wp-content/uploads/2017/12/Tviter-dyplomatiya.-Yak-novitni-tehnologiyi-mozhut-posylyty-mizhnarodni-pozitsiyi-Ukrayiny.pdf> (дата звернення: 08.09.2021). (17)
34. Кулик С. Електронная дипломатия. Начало: Аналитический доклад, февраль: веб-ресурс. URL: <http://www.ifa.p.r.u/libra ry/book532.pdf>. (дата звернення: 03.10.2021).

- 35.Лашкіна М. Г. Нові підходи до комунікації в публічному просторі державного управління. *Публічне управління*. 2017. №1. С. 10-18.
- 36.Макаренко Є. А. Віртуальна дипломатія: підручник. Київ, 2016. С. 301.
- 37.Марчуков А. Н. "Публичная дипломатия 2.0" как инструмент внешнеполитической деятельности. *Вестник Волгоградского государственного университета*: Київ, 2016. С.104-113.
- 38.Матвійчук О. В., Мина Ж. К., Яновська А. Розвиток електронної дипломатії в Україні: прерогативи та недоліки. *Інформація, комунікація, суспільство 2017*: матеріали 4-ої Міжнародної наукової конференції ІКС- 2017, 20-23 травня 2017 року, Україна, Львів, Славське / Національний університет "Львівська політехніка", Кафедра соціальних комунікацій та інформаційної діяльності. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2017. С. 142-143.
- 39.Чи мають майбутнє дипломатичні перекладачі? веб-ресурс. URL: [https://zn.ua/ukr/international/mizhnarodni-vidnosini-v-epohu-shtuchnogo-intelektu-chi-mayut-maybutnye-diplomatichni-perekladachi-326099\\_.html](https://zn.ua/ukr/international/mizhnarodni-vidnosini-v-epohu-shtuchnogo-intelektu-chi-mayut-maybutnye-diplomatichni-perekladachi-326099_.html) (дата звернення: 15.09.2021).
- 40.Міністерство Закордонних Справ України в Соціальних Мережах: веб-ресурс. URL: <https://mfa.gov.ua/ua/page/open/id/4601> (дата звернення: 06.10.2021).
- 41.Міністерство інформаційної політики України: веб-ресурс. URL: <https://mip.gov.ua/> (дата звернення: 05.09.2021). (83)
- 42.Мінцифра взяла участь у презентації Індексу цифрової трансформації 2021. *Дія*: веб-ресурс. URL: <https://thedigital.gov.ua/news/mintsifra-vzjala-uchast-u-prezentatsii-indeksu-tsifrovoi-transformatsii-2021> (дата звернення: 01.09.2021). (27)
- 43.Най Дж. Якщо у сусідів України різне бачення політики, досить важко підібрати шлях, який зацікавить всіх. *Інститут Світової політики*: веб-сайт. URL: <https://glavcom.ua/publications/113741-dzhozef-naj-jakshcho-u->

- susidivukrajini-rizne-bachennja-politiki-dosit-vazhko-pidibrati-shljah-jakij-zatsikavit-vsih.html (дата звернення: 07.09.2021). (24)
- 44.Новиков Н.В. Цифровая дипломатия новое коммуникативное пространство в диалоге культур. Диалог культур. Культура диалога: в поисках передовых социогуманитарных практик: материалы международной научно-практической конференции, 2016. С. 409-413.
- 45.Олійченко І. М., Дітковська М. Ю. Впровадження системи електронного документообігу в органі державної влади як складової системи електронного урядування. Проблеми и перспективы экономики и управления, 2018. С. 248-254.
- 46.Офіційний веб-сайт Міністерства цифрової трансформації: веб-ресурс. URL: <https://thedigital.gov.ua> (дата звернення: 29.10.2021). (87)
- 47.Офіційний сайт Міністерства закордонних справ Великобританії та з питань Співдружності: веб-сайт. URL: <https://www.gov.uk/> (дата звернення: 06.10.2021).
- 48.Пантелеєва Н.М. Інноваційна технологія блокчейн у системі управління державними фінансами. Науковий вісник Ужгородського університету, 2018. С. 363-369.
- 49.Пашенцев Е. Н. Стратегическая коммуникация США в Латинской Америке. Государственное управление. 2019. С. 15-30.
- 50.Пермякова Л. Цифровая дипломатия: направления, риски и инструменты: веб-ресурс. URL: <http://politnauka.livejournal.com/296679.html> (дата звернення: 11.11.2021).
51. Піпченко Н. О. Ідеологія віртуальної дипломатії США, Канади і Великої Британії. Актуальні проблеми міжнародних відносин, 2018. С. 164-175.
- 52.Піпченко Н. О. Концептуальні та структурно-політичні виміри віртуальної дипломатії: політична культура та ідеологія І Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка: Київ, 2018. 19 с.

- 53.Піпченко Н. О. Традиції та інновації зовнішньополітичної діяльності США, ЄС та Росії. Стратегія розвитку України. Економіка, соціологія, право, 2018. С. 283-285.
- 54.Піскорська Г. А. Шкуров Є. В. Розвиток інформаційного суспільства
- 55.Половцев О. В., Луценко С. М. Інформаційне забезпечення органів державної влади в умовах українських реалій: правовий аспект. Публічне управління: теорія та практика. 2019, С. 5-12.
- 56.Половцев О. В., Луценко С. М. Інформаційне забезпечення органів державної влади в умовах українських реалій: правовий аспект. Публічне управління: теорія та практика, 2017. С. 5-12.
- 57.Пономаренко О. Дипломатія, трипломатія, твіпломатія: новітній канон дипломатичного дискурсу. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 2017. С.30-33.
- 58.Постанова Кабінету Міністрів України від 4 січня 2002 р. № 3 "Про порядок оприлюднення у мережі Інтернет інформації про діяльність органів виконавчої влади": веб-ресурс. URL: zakon.rada.gov.ua/go/3-2002-п (дата звернення: 08.10.2021).
- 59.Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. Москва: Рефл-Бук, Киев: Ваклер, 2017. 656 с.
- 60.Президент Ирана пригрозил США. Трамп ответил в "Твиттере" капслоком. *BBC News*: веб-ресурс. URL: <https://www.bbc.com/russian/news-44920770> (дата звернення: 06.10.2021).
- (11)
- 61.Приходченко Л. Л. Забезпечення ефективності державного управління: теоретико-методологічні засади: веб-ресурс. URL: [http://www.irbis-nbu.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_low/cgiirbis\\_64.exe?Z21ID=&I21DBN=EC&P21DBN=EC&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=fullwebr&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=M=&S21COLORTERMS=O&S21STR](http://www.irbis-nbu.gov.ua/cgi-bin/irbis_low/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=EC&P21DBN=EC&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=fullwebr&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=M=&S21COLORTERMS=O&S21STR) (дата звернення: 01.10.2021).

- 62.Пронченко О. С. Взаємодія ЗМІ і влади в контексті реалізації права громадян на інформацію : Київ, 2018. 16 с.
- 63.Публічна дипломатія України. *Вікіпедія*: веб-ресурс. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%83%D0%B1%D0%BB%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%B0\\_%D0%B4%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D1%82%D1%96%D1%8F\\_%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D0%B8](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%83%D0%B1%D0%BB%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%B0_%D0%B4%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D1%82%D1%96%D1%8F_%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D0%B8) (дата звернення: 11.09.2021). (18)
- 64.П'ятіна О. Інформаційна відкритість органів державної влади як складова формування їх корпоративного іміджу. Державне управління та місцеве самоврядування: зб. наук. пр. / Нац. акад. держ. управ. при Президентові України, Дніпропетр. репон. ш-т держ. управ. Дніпропетровськ: ДРІДУ НАДУ, 2018. С. 164-175.
- 65.Рейман Л. Д. Информационное общество и роль телекоммуникаций в его становлении. *Вопросы философии*, 2019. С. 3-9.
- 66.Рибченко А. Використання інформаційно-комунікаційних технологій в управлінні органами правосуддя Іспанії. *Наукові розвідки з державного та муніципального управління: Збірник наукових праць*, 2016. С. 322-330;
- 67.Рибченко А. Впровадження технологій е-дипломатії: досвід ЄС, 2017. С. 296-304.
- 68.Рибченко А. С. Електронна дипломатія як предмет наукових досліджень, 2016. С. 164-173.
- 69.Рибченко А. С. Порівняльно-правовий аналіз міжнародних договорів України та міжнародних домовленостей між органами судової влади/ Рибченко А. С., М. В. Вайногі. Часопис цивільного і кримінального судочинства, 2018. С. 121-126.

- 70.Рибченко А. С. Сучасні проблеми правового регулювання верифікації офіційних сторінок органів державної влади: Дніпропетровськ, 2018. - С. 167-169.
- 71.Рибченко А. С., Вайногій М. В. Порівняльно-правовий аналіз міжнародних договорів України та міжнародних домовленостей між органами судової влади. Часопис цивільного і кримінального судочинства. 2017. С. 121-126.
- 72.Рибченко А.С Средства массовой коммуникации в контексте деятельности органов государственного управления, 2016. С. 66-73.
- 73.Рибченко А.С. Вступне слово І Україна - Швейцарія: маловідомі сторінки історії та сучасність: науковий збірник/ Упоряд. І. Матяш; Інститут історії України НАН України; Наукове товариство історії дипломатії та міжнародних відносин. Берн Київ: Інститут історії України НАН України, 2020. С. 7-8.
- 74.Руднева В. Публічна дипломатія: теоретичні основи застосування нової інформаційно-комунікаційної технології в державному управлінні. Вісник Національної академії державного управління, 2018. С. 147-153.
- 75.Сафар'янс Є. Україна та Австрійська республіка: співробітництво в європейському інтеграційному процесі. Український історичний збірник, 2017. С. 267-276.
- 76.Семененко К. А. Інформаційне забезпечення діяльності органів державного управління. Публічне управління XXI століття: форсайтінг успіху, 2016. С. 448-451.
- 77.Семотюк О. Політичний медіадискурс і медіатизація політики як концепти політичної комунікативістики. Людина. Комп'ютер. Комунікація: Львів, 2017. С. 144-147.
- 78.Сищук О. Удосконалення контенту веб-сайтів центральних органів виконавчої влади України. Вісник Книжкової палати. 2018. № 5. С.1-4.

79. Сурма И. Цифровая дипломатия в дискурсе глобальной политики. URL: *Вестник МГИМО-университета*: веб-ресурс. URL: [http://vestnik.mgimo.ru/sites/default/files/pdf/006\\_internetpolitika\\_surmaiv.pdf](http://vestnik.mgimo.ru/sites/default/files/pdf/006_internetpolitika_surmaiv.pdf) (дата звернення: 28.10.2021). (86)
80. США оставили талибам оружия на \$85 млрд, – Трамп-младший (фото). *Фокус*: веб-ресурс. URL: <https://focus.ua/voennye-novosti/491434-ssha-ostavili-talibam-oruzhiya-na-85-mlrd-tramp-mladshiy-foto> (дата звернення: 05.10.2021). (10)
81. Твитпломатия: влияние социальной сети Твиттер на дипломатию: веб-ресурс. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tvitplomatiya-vliyanie-sotsialnoy-seti-twitter-na-diplomatiyu> (дата звернення: 01.10.2021).
82. Твиттер-дипломатия. *Вікіпедія*: веб-сайт. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B2%D0%B8%D1%82%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B4%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D1%82%D0%B8%D1%8F> (дата звернення 17.10.2021). (3)
83. Твіттер-дипломатія: Український Case Study #SupportUkraine. *Вокс Україна*: веб-ресурс. URL: <https://voxukraine.org/twitter-diplomacy-supportukraine/> (дата звернення: 02.10.2021). (19)
84. Терещук В. І. Роль інтернету у процесах трансформації дипломатичної діяльності держави: досвід США та виклики для України. *Міжнародні відносини. Серія "Політичні науки"*. 2016. № 6. С.1-14.
85. Тихоненко І. В. Цифрова дипломатія як інструмент зовнішньої політики США у XXI. *Політичне життя*. 2019. № 1. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/pollife\\_2019\\_1\\_14](http://nbuv.gov.ua/UJRN/pollife_2019_1_14) (дата звернення: 29.10.2021).
86. Торреальба А. Твитпломатия: влияние социальной сети Твиттер на дипломатию. *Вестник РУДН. Сер. Международные отношения*. 2018. Т. 15. № 3. С.152-166.
87. Український інститут: веб-ресурс. URL: <https://ui.org.ua> (дата звернення: 07.10.2021). (81)



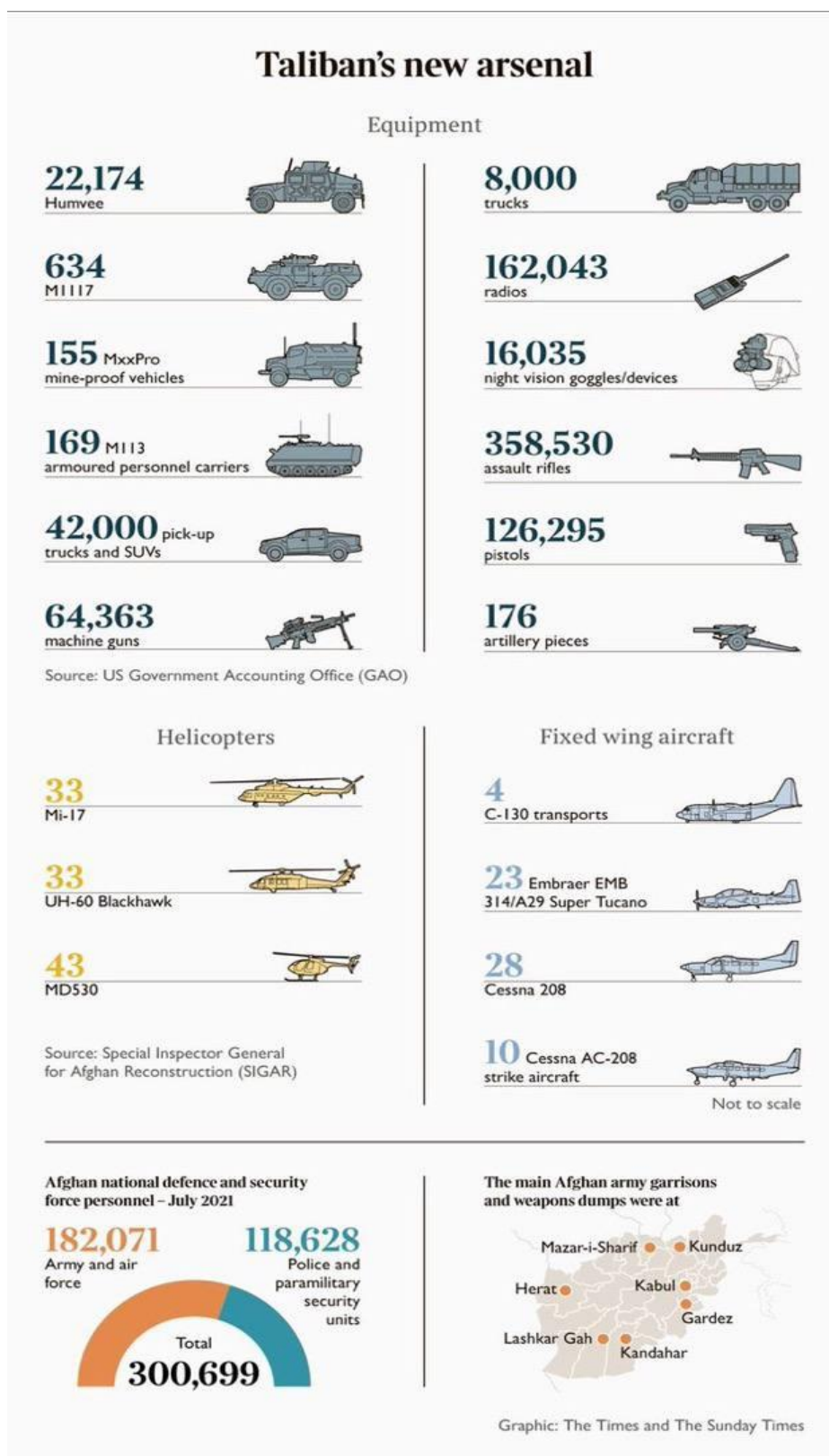
88. Франції. Актуальні проблеми міжнародних відносин, 2018. С.16-22.
89. Харечко І. Twitter-дипломатія: зарубіжний досвід для України. *Вісник Львівського університету. Серія: філос.-політолог. студії*. 2018. Випуск 7. С. 281-293.
90. Цветкова Н. А. Программы Web 2.0 в публичной дипломатии США. *США и Канада: экономика, политика, культура*. 2017. № 3. С. 109- 122.
91. Яшина А. В. "Мягкая сила" как инструмент обеспечения национальной и международной безопасности. *Научные труды Северо-Западного института управления*. 2017. Т. 4. № 5 (12). С. 200-206.
92. About ITIF: A Champion for Innovation. *Information technology & innovation foundation*. URL: <https://itif.org/about> last accessed: 15.09.2021). (23)
- Alloway T. JpMorgan creates "Volfefe" Index to track Trump Tweet impact.
93. *Bloomberg*. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2019-09-09/jpmorgan-creates-volfefe-index-to-track-trump-tweet-impact> (last accessed: 06.10.2021). (5)
94. Balji D. Each word of Trump's tariff Tweets wiped \$13 billion off stocks. *Bloomberg*. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2019-05-08/each-word-of-trump-s-tariff-tweets-wiped-13-billion-off-stocks> (last accessed: 05.09.2021). (7)
95. Cercel M.O., Saftescu R.G. Digital Diplomacy-Perspectives and Impact on Traditional Diplomatic Practices-Case Study: Digitization Impact on Romanian and Belgian National Diplomatic Systems. *International Journal of Social Sciences and Education Research*. 2018. № 1. PP.385-398.
96. Chapman B. Donald Trump wipes \$5.7bn off the value of Amazon with single tweet. *Independent*. URL: <https://www.independent.co.uk/news/business/news/donald-trump-amazon-value-5-billion-drop-shares-tweet-social-media-jeff-bezos-a7896266.html> (last accessed: 01.10.2021). (6).

97. Cooper Andrew F. Leader's Tweets Offer a Distorted Tip in Assessing Diplomacy. - Center for Interactional Governance Innovation. September 19. 2012. URL: <http://www.andrewcooper.com/2012/09/17/leaders-tweets-offer-a-distorted-tip-in-assessing-diplomacy/> (last accessed: 08.11.2021).
98. Cull, N. J. The Long Road to Public Diplomacy 2.0: The Internet in US Public Diplomacy. *International Studies Review*. 2019. No 15. P. 123-139.
99. Dipnote. *Офіційний блог Держдепартаменту США*: веб-ресурс. URL: <https://blogs.state.gov/> (дата звернення: 08.10.2021). (84)
100. eDiplomacy: The US State Department's Global Collaborative Backbone URL: <https://www.zdnet.com/article/ediplomacy-the-us-state-departments-global-collaborative-backbone/> (last accessed: 09.11.2021).
101. Fergus Hanson. eDiplomacy: How the State Department Uses Social Media. URL: <https://www.brookings.edu/blog/up-front/2012/10/26/ediplomacy-how-the-state-department-uses-social-media/> (last accessed: 05.10.2021).
102. Global Portal for Diplomats. URL: <http://www.ediplomat.com/> (last accessed: 05.10.2021).
103. Grech O. Virtual Diplomacy. Diplomacy of the Digital Age. University of Malta. 2006. URL: [http://www.diplomacy.edu/sites/default/files/23082010104529%20Grech%20\(Library\).pdf](http://www.diplomacy.edu/sites/default/files/23082010104529%20Grech%20(Library).pdf) (last accessed: 05.10.2021).
104. Hanson F. Revolution and State: The Spread of eDiplomacy. Lowy Institute, March 2017.
105. Hocking B., Melissen J. Diplomacy in the Digital Age. Clingendael Report, July 2017. URL: [https://www.clingendael.org/sites/default/files/pdfs/Digital\\_Diplomacy\\_in\\_the\\_Digital%20Age\\_Clingendael\\_July2017.pdf](https://www.clingendael.org/sites/default/files/pdfs/Digital_Diplomacy_in_the_Digital%20Age_Clingendael_July2017.pdf) (last accessed: 05.10.2021).
106. Holmes M. What is e-Diplomacy? *Paper prepared for the 2013 7th European Consortium for Political Research General Conference in*

- Bordeaux*, France. URL: <https://ecpr.eu/filestore/paperproposal/13be8e0e-c92e-4a16-a33d-206a57a4fa6.pdf> (last accessed: 05.10.2021).
107. Lakoff G. Framing for Activists. URL: <https://georgelakoff.com/framingforactivists/> (last accessed: 06.10.2021). (14)
108. Lakoff G. Trump's Tweets impact. URL: <https://www.c-span.org/video/?463089-1/president-trump-white-house-interview> (last accessed: 01.10.2021). (15)
109. McPhail T. L. Global Communication: Theories, Stakeholders, and Trends. 3rd ed. Wiley-Blackwell, A John Wiley & Sons, Ltd., Publication. 2020. P. 89. URL: [https://books.google.com.ua/books?id=heEppDtfkNoC&pg=PA\\_89](https://books.google.com.ua/books?id=heEppDtfkNoC&pg=PA_89) (last accessed: 05.10.2021).
110. Nweke E. N. Diplomacy in Era of Digital Governance: Theory and Impact/ *Information and Knowledge Management*. 2012. Vol 2. No.3. PP.22-26.
111. Oberer B., Erkollar A. The European Social Media Gov.Board: How to Connect with the European Union on Social Media. *International Journal of Education and Learning*. Vol. 1, No. 1, March, 2019. PP. 19-34. URL: [http://www.sersc.org/journals/IJEL/voll\\_nol/2.pdf](http://www.sersc.org/journals/IJEL/voll_nol/2.pdf) (last accessed: 05.10.2021).
112. O'Reilly T. "What Is Web 2.0". O'Reilly Media. 2015. URL: [http://oreilly.com/web2/archive/what\\_is\\_web-20](http://oreilly.com/web2/archive/what_is_web-20). (last accessed: 05.10.2021).
113. Schwartz I. Trump Web Ad: Biden Is Surrenderer-In-Chief. *RealClear Politics*: веб-ресурс. URL: [https://www.realclearpolitics.com/video/2021/08/24/trump\\_web\\_ad\\_biden\\_is\\_surrenderer-in-chief.html](https://www.realclearpolitics.com/video/2021/08/24/trump_web_ad_biden_is_surrenderer-in-chief.html) (last accessed: 03.10.2021). (9)
114. Surrenderer-In-Chief: веб-ресурс. URL: [https://cdn.donaldjtrump.com/djtweb/lp/new\\_vid\\_0824.html](https://cdn.donaldjtrump.com/djtweb/lp/new_vid_0824.html) (дата звернення: 07.10.2021). (8)

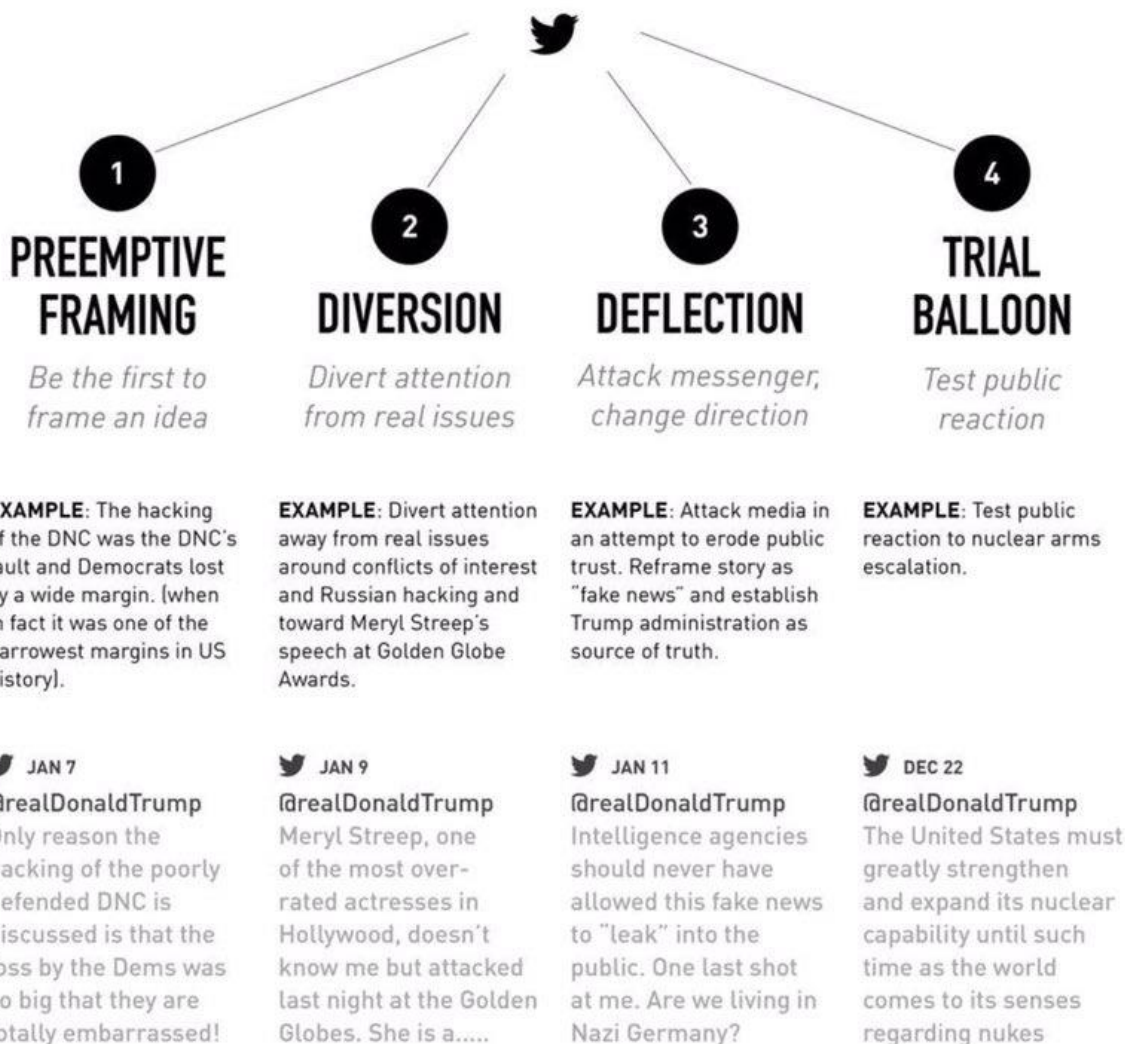
115. Ukraine.ua. *Вікіпедія*: веб-ресурс. URL:  
<https://uk.wikipedia.org/wiki/Ukraine.ua> (дата звернення: 03.10.2021). (20)

## ДОДАТКИ



Додаток 1. Твіт сина Дональда Трампа щодо неефективності політики Джо Байдена в Афганістані.

# A Taxonomy of TRUMP TWEETS



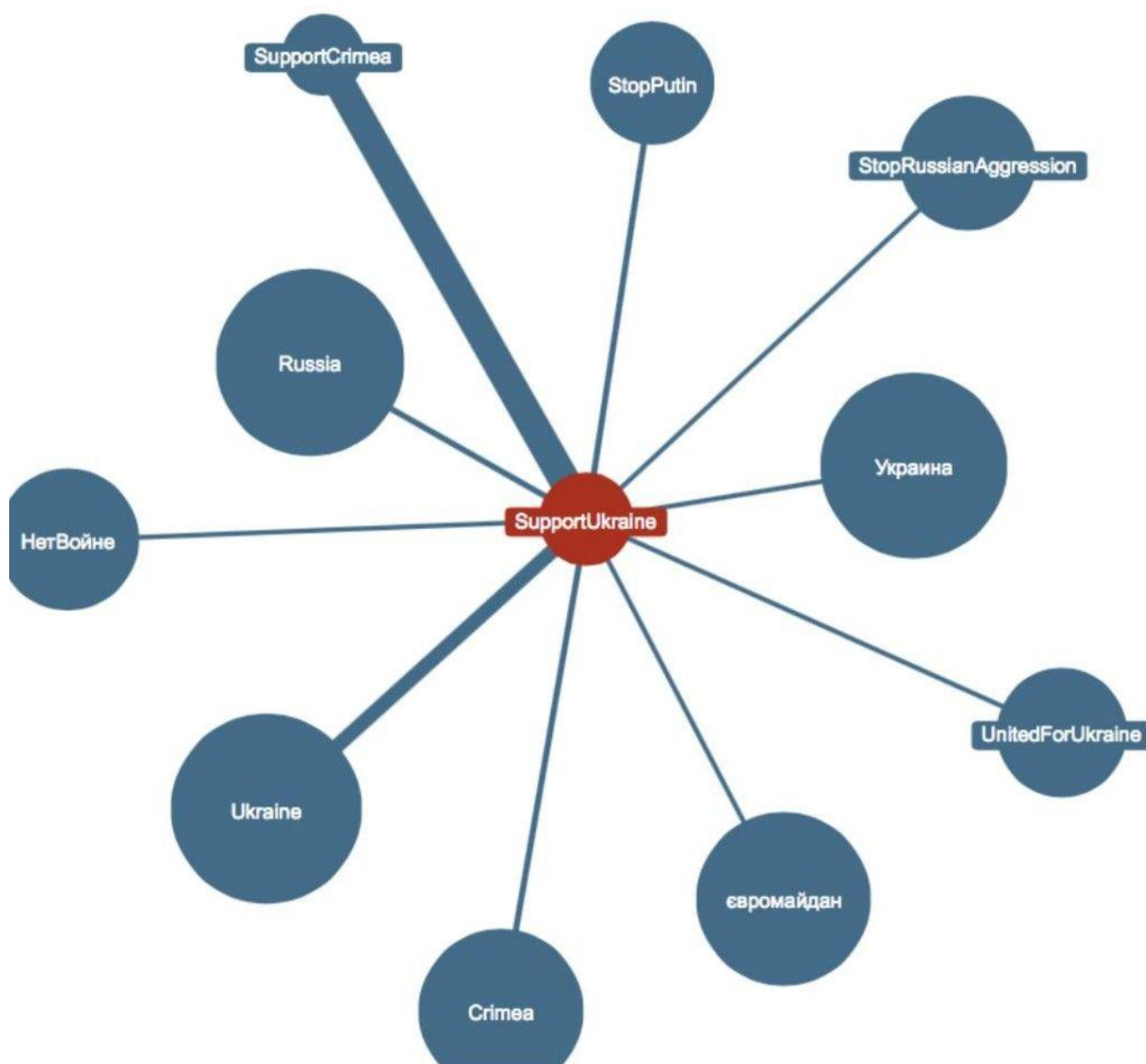
Created by @gibilisco

Based on "A Taxonomy of Trump Tweets" by George Lakoff.  
First aired January 13, 2017 on WNYC's On the Media.  
<http://www.wnyc.org/story/taxonomy-trump-tweets>

Додаток 2. Класифікація контенту Дональда Трампа в соціальній мережі Twitter.



Додаток 3. % згадуваних держав в твітах Дональда Трампа.



Додаток 4. Споріднені хештеги Twitter до хештегу #SupportUkraine.

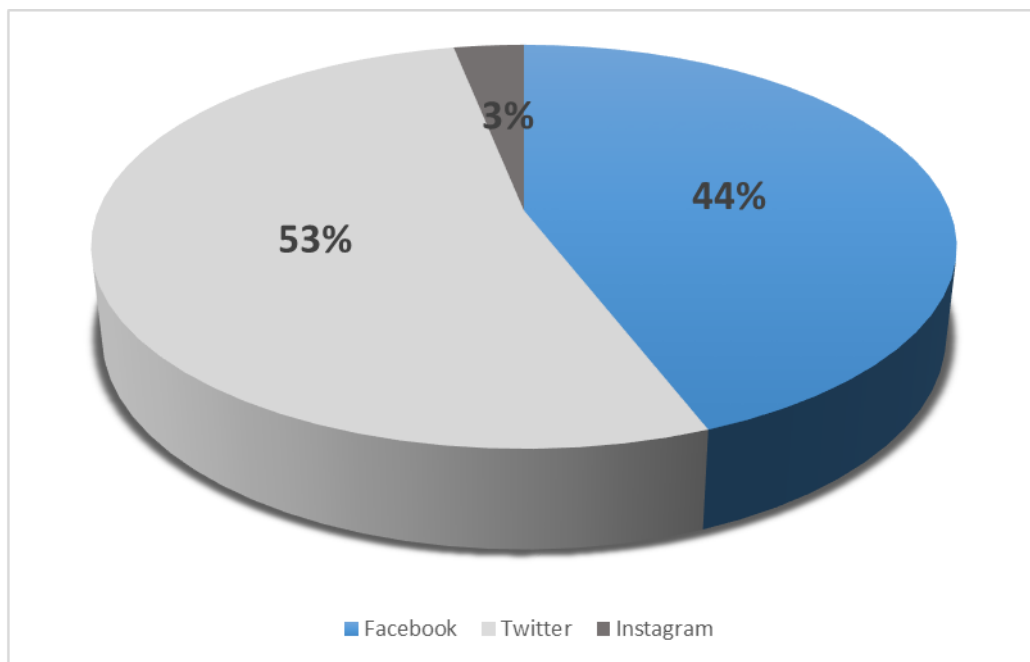
Tweets per day: #supportukraine and #Ukraine

April 4th — May 4th



Додаток 5. Кількість твітів з хештегом #supportukraine та #Ukraine в день.





Додаток 6. Залученість українців до соціальних мереж МЗС.

#### Географическое распределение рынка <sup>i</sup>

↑ Экспорт

Jul 2021

Топ стран | Топ по динамике

Страны	Доля рынка	Посещения	Изменения
Ukraine	32.24%	49.8M	-4.48%
Poland	11.87%	18.3M	+2.87%
United States	8.69%	13.4M	+3.47%
Germany	7.56%	11.7M	-2.67%
Russia	3.58%	5.5M	-7%



Додаток 7. Топ-5 країн, з яких надходить найбільше трафіку до офіційного сайту МЗС.