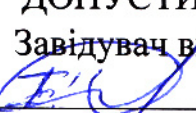


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
КАФЕДРА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН, ІНФОРМАЦІЇ
ТА РЕГІОНАЛЬНИХ СТУДІЙ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач випускової кафедри
 Ніна РЖЕВСЬКА
« 20 » 12 2023 р.

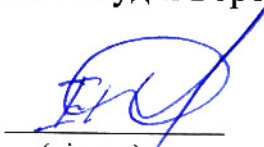
КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
ВИПУСКНИКА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ МАГІСТРА
СПЕЦІАЛЬНОСТІ 291 «МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ,
СУСПІЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ ТА РЕГІОНАЛЬНІ СТУДІЇ»
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ
«МІЖНАРОДНА ІНФОРМАЦІЯ»

**Тема: «МЕДІА-ДИПЛОМАТІЯ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ ЯК
ІНСТРУМЕНТ ПРИЙНЯТТЯ ЗОВНІШНЬОПОЛІТИЧНИХ РІШЕНЬ»**

Виконавець: здобувач вищої освіти 2 курсу, 208 М групи, Сааде Маймун
Аббас

Керівник: кандидат історичних наук, доцент кафедри міжнародних відносин,
інформації та регіональних студій Боротканич Наталія Петрівна

Нормоконтролер


(підпис)

Ніна РЖЕВСЬКА

ВСТУП

В сучасному світі, де інформація є одним з ключових ресурсів, медіадипломатія набуває особливого значення. Завдяки глобалізації та швидкому розвитку технологій, медіа стають не просто засобом масової інформації, а ефективним інструментом впливу на міждержавні відносини. Російсько-український конфлікт, що почався у 2014 році, є яскравим прикладом того, як медіадипломатія може бути використана для формування публічної думки, санкційного тиску та навіть прямого впливу на процеси прийняття зовнішньополітичних рішень.

Медіадипломатія в даному контексті виступає не лише як інструмент пропаганди, але й як складова частина дипломатичної стратегії, що впливає на розробку та реалізацію зовнішньополітичних ініціатив. Відсутність глибокого дослідження цього феномену може призвести до недооцінки його ролі та потенціалу, що в свою чергу може мати серйозні наслідки для національної безпеки та стабільності регіону.

Метою даної дипломної роботи є комплексний аналіз медіадипломатії в контексті російсько-української війни як інструменту прийняття зовнішньополітичних рішень. Робота має на меті визначити, як медіадипломатія впливає на формування публічної думки, санкційну політику та міждержавні переговори, а також який внесок вона може зробити в розв'язання конфлікту.

Завдання дослідження:

Для досягнення поставленої мети, у дослідженні будуть розглянуті наступні завдання:

1. Вивчити концептуальні основи медіадипломатії та її роль в українсько-російському конфлікті.
2. Проаналізувати взаємозв'язок між медіадипломатією та прийняттям зовнішньополітичних рішень.

3. Визначити роль медіа-платформ як акторів медіадипломатії.
4. Розглянути конкретні випадки використання медіадипломатії в анексії Криму, військовому конфлікті на Донбасі та міжнародних санкцій проти Росії.

Об'єктом даної дипломної роботи є процеси медіадипломатії в контексті російсько-українського конфлікту.

Предметом дослідження є взаємозв'язок медіадипломатії та прийняття зовнішньополітичних рішень, зокрема як медіа-платформи та медіадипломатія впливають на формування публічної думки, санкційну політику та міждержавні переговори в рамках російсько-українського конфлікту.

Дослідження базується на комплексному підході, який включає історичний аналіз, кейс-студії та компаративний аналіз. Застосування цих методів дозволить глибше зрозуміти механізми та динаміку взаємодії медіадипломатії та зовнішньополітичного процесу.

Дане дослідження має велике **практичне значення**, особливо для органів влади, дипломатичних установ та аналітичних центрів, що займаються зовнішньою політикою та міждержавними відносинами. Результати роботи можуть бути використані для покращення стратегій медіадипломатії, формування більш ефективних політичних рішень та розробки механізмів контролю інформаційного простору.

На теоретичному рівні, дана робота спрямована на розширення академічного розуміння медіадипломатії як складової сучасної зовнішньої політики. Робота може служити основою для подальших наукових досліджень в даній області, зокрема, для вивчення впливу медіадипломатії на інші аспекти міждержавних відносин або в контексті інших геополітичних конфліктів.

Робота складається з вступу, трьох основних розділів, висновків та списку використаних джерел. Перший розділ присвячений концептуальним основам медіадипломатії та її історичному контексту в українсько-російських відносинах. Другий розділ аналізує взаємозв'язок медіадипломатії та зовнішньополітичних рішень. Третій розділ зосереджений на конкретних

випадках використання медіадипломатії в рамках російсько-українського конфлікту.

РОЗДІЛ I

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ МЕДІАДИПЛОМАТІЇ В УМОВАХ УКРАЇНСЬКО-РОСІЙСЬКОГО КОНФЛІКТУ

1.1 Поняття та елементи медіадипломатії

Цифрова дипломатія, також відома як електронна дипломатія або медійна дипломатія, це використання можливостей Інтернету та інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) для досягнення дипломатичних цілей. У цифровій дипломатії використовуються нові медіа, соціальні мережі, блоги та інші онлайн-платформи.

У цій формі дипломатії беруть участь державні відомства, перш за все, органи зовнішньої політики та урядові структури, а також неурядові організації, які працюють у сфері зовнішньої політики [5].

Дослідники відзначають, що інформаційно-комунікаційні технології, особливо Інтернет, суттєво впливають на розвиток міжнародних відносин. Він вбачає, що в цифровому суспільстві цифрова дипломатія використовує різноманітні віртуальні інструменти для публічного управління. Підкреслюється, що у світі зростає кількість учасників, які беруть участь у міжнародних процесах при прийнятті важливих політичних рішень. Зміцнення ролі не лише держави, але й інших учасників стає оберненою пропорцією до контролю держави над політичними рішеннями. Інтернет у цьому контексті діє як каталізатор для поширення як точної, так і фейкової інформації про події, а також для надання традиційних дипломатичних послуг швидко і ефективно як внутрішнім громадянам, так і за кордоном [6].

Цифрова дипломатія представляє інноваційний підхід до здійснення дипломатичних дій і виходить за межі традиційних методів дипломатичної роботи.

Головні завдання цифрової дипломатії включають просування зовнішньополітичних інтересів та використання Інтернет-телебачення, соціальних мереж, мобільних платформ для інформаційної пропаганди, спрямованої на вплив на загальну громадську думку і політичних лідерів.

Поняття дипломатії має різні тлумачення у науці, але одним із найточніших визначень є визначення В. Попова. Він розглядає дипломатію як засіб виконання зовнішньої політики держави, що включає різні невоєнні заходи, методи та прийоми. Це охоплює офіційну діяльність глав держав та урядів, міністрів закордонних справ, роботу дипломатичних представництв за кордоном та участь у міжнародних конференціях з метою виконання зовнішньої політики та захисту інтересів держави та її громадян за кордоном.

З історичного погляду, А. Рибченко вказує на важливість письмових документів у дипломатичних відносинах та впливу публікацій у масових ЗМІ на формування зовнішньої політики [38, с.296].

Згідно з Н. Кашишин, телебачення впливає на формування глобального суспільства та політики через підвищену глобальну обізнаність та залученість громадськості до світових подій [20, с.232].

Загалом, дипломатія - це активність вищих посадових осіб, урядових і спеціалізованих органів, спрямована на досягнення зовнішньополітичних цілей та захист інтересів своєї держави за кордоном. Цей процес включає в себе багато чинників, від окремих лідерів до різних державних структур, які працюють як в межах, так і поза межами країни. Із зростанням впливу Інтернету та інформаційних технологій в сучасній дипломатії виникає новий напрям - медійна дипломатія. Це стає популярним засобом покращення міжнародного образу держави та залучення уваги до неї.

Сучасна дипломатія - це складна система, яка постійно розвивається, і медійна дипломатія стає важливою її складовою. Цей напрям дозволяє державам ефективно позиціонувати себе на міжнародній арені, зробити свою країну привабливою та використовувати "м'яку силу" для здобуття міжнародної підтримки. Інтернет став ключовим інструментом для цього,

оскільки він дозволяє ефективно впливати на свідомість громадськості, сприяє пошуку інформації та комунікації між дипломатичними представництвами, проведенню пропаганди, пошуку підтримки та навіть використанню тиску на інші держави [10].

У медійній дипломатії беруть участь різні суб'єкти, включаючи державні органи (наприклад, Адміністрацію Президента та Міністерство закордонних справ), окремих політичних лідерів, недержавні організації, міжнародні установи та навіть терористичні групи. Кожна з цих груп використовує Інтернет та інформаційні технології для досягнення своїх цілей та впливу на суспільство та інші країни [26].

У Великобританії існує понад сотня компаній, які спеціалізуються на створенні відео новинних релізів. Головними замовниками таких релізів є уряд та неурядові організації. Відео новини зазвичай розпочинаються відображенням спортивних подій або туристичних рекламних роликів, що маскують дійсну інформацію, яку вони намагаються поширити. За своєю суттю, ці відео новини є розвагами з прихованим повідомленням [19].

Хоча такий підхід є відносно безпечним і відображає здатність урядів та організацій адаптуватися до змін сучасних форм дипломатії та переконання, ця передова технологія також може створити загрозу вигляду дезінформації або недостовірної інформації.

Розвиток медіа випереджає здатність глядачів усвідомити ступінь маніпуляції тим, що вони бачать і отримують. Наприклад, вплив на свідомість через радіопередачі був використовуваний десятиліттями, починаючи з часів нацистського режиму, який включав "Дружні бесіди про великого президента Рузвельта із американським народом". Такі "бесіди" дали позитивні результати у досягненні політичних цілей, і після цього процес маніпулювання політичною свідомістю за допомогою телебачення та радіо набув розмаху.

Розвиток медіа покладає на дипломатів обов'язок стати вправними у мистецтві презентації в середовищі масової інформації, особливо на телебаченні. Оскільки ефективна зовнішня політика вимагає підтримки та

розуміння громадськості, дипломат повинен бути готовий пояснити та обґрунтувати політику свого уряду перед громадськістю шляхом максимально ефективного медіа-презентування [5].

Медіа-дипломатія може виступати в ролі збору та обробки інформації для реалізації зовнішньополітичного курсу та як інструмент для інформаційної підтримки зовнішньої політики. Ця діяльність може відбуватися як на національному, так і на міжнародному рівні.

До введення цифрової дипломатії в міжнародні відносини міжнародні гравці часто використовували публічну дипломатію для здійснення зовнішньополітичних заходів та взаємодії на міжнародній арені. Ці заходи включали:

1. Інформаційно-комунікаційну пропаганду, яка використовувала телебачення та радіо для впливу за межами території держави.
2. Навчання конкретних соціальних та професійних груп населення для формування лояльності еліти.
3. Поширення політичної культури через виставкову діяльність, кіно та інші засоби.

Проте, з появою сучасних технологій та швидким розвитком Інтернету, ці завдання можна виконувати набагато ефективніше та швидше. Технологічний розвиток дав можливість застосовувати наступні методи впливу на міжнародну аудиторію:

1. Поширення радіо- та телепередач через Інтернет.
2. Розповсюдження літератури про власну державу у цифровому форматі.
3. Моніторинг дискусій у світі через блоги та інші онлайн-ресурси.
4. Створення особистих сторінок членів уряду у соціальних мережах та розсилка інформації через мобільні телефони [23, с.113].

Необхідність визначення терміну "цифрова дипломатія" виникла у контексті міжнародних відносин в епоху постбіполярного світу і була обумовлена кількома факторами, включаючи:

1. Зростання обсягу інформаційних потоків.
2. Включення комунікаційних процесів у сфері дипломатії у глобальний контекст мережевої взаємодії.
3. Використання нових каналів та інструментів комунікації, а також збільшення їхньої інтенсивності.
4. Поява нових методів впливу на аудиторію в практиці дипломатії.

Основним інструментом для проведення цифрової дипломатії є соціальні мережі, оскільки вони дозволяють користувачам одночасно виступати як постачальниками, споживачами і поширювачами інформації. Феномен "дипломатії в Facebook" і "дипломатії в Twitter" створює сприятливу платформу для захисту національних інтересів, вивчення громадської думки та вирішення суспільних питань шляхом взаємодії з цільовими аудиторіями [4].

Серед соціальних мереж, Twitter визначається як важливий інструмент політичної комунікації. Ця платформа є найпоширенішою в країнах Європи та США, і вона визначає новий метод управління міжнародними відносинами між країнами. Маттіас Люфкенс, який вивчає дипломатію в соціальних мережах, ввів термін "твіттер-дипломатія" для опису її використання главами держав, керівниками міжнародних урядових організацій та дипломатами для зближення позицій з міжнародних питань [4].

Дослідження, проведене BCW (Burson Cohn & Wolfe) у 2018 році, визначило 951 акаунт у Twitter, які належали главам держав і урядів, міністрам закордонних справ 187 країн.

Використовуючи свої акаунти на Twitter, міністерства закордонних справ, консульства та дипломатичні представництва можуть розширити свою комунікацію з громадськістю і дізнатися більше про громадянську думку. Це дозволяє стирати кордони в спілкуванні з громадськістю як в межах власної країни, так і за її межами.

У 2018 році серед видатних державних діячів, які активно користувалися соціальними мережами, лідерами були Дональд Трамп, президент Сполучених

Штатів Америки, з 53 мільйонами підписників, Папа Римський Франциск з 47 мільйонами фоловерів та Прем'єр-міністр Індії Нарендра Моді з 43 мільйонами фоловерів.

Незважаючи на те, що Twitter-дипломатія спрямована на покращення традиційної дипломатії та досягнення її цілей, іноді вона може мати негативні наслідки. Наприклад, Дональд Трамп мав значний вплив на популярність Twitter, але його імпульсивні твіти призвели до загострення справжнього конфлікту між США і Китаєм [13].

Ще однією негативною стороною використання соціальних мереж є можливість публікації постів без контролю над їх змістом. Це може призвести, по-перше, до дезінформації і порушення інформаційної безпеки, а по-друге, до маніпуляції суспільною думкою. Прикладом є Єгипетська революція 2011-2013 років, яку навіть називають першою "твіттерною" революцією, оскільки протестувальники використовували Twitter для координації своїх дій.

Пандемія, викликана коронавірусною інфекцією, суттєво підкреслила важливість цифрової дипломатії. У 2020 році було проведено віртуальні саміти, конференції та міжнародні зустрічі. Україна, наприклад, в квітні 2020 року прийняла участь в онлайн-Форумі безпекового співробітництва ОБСЄ, і вперше в історії, інформаційно-телекомунікаційні технології стали ключовим інструментом для організації міжнародних зустрічей та переговорів між державними та політичними лідерами. Ці технології також допомагають вирішувати питання надання консульської допомоги громадянам, які знаходяться за кордоном. Зокрема, вони використовуються для спілкування з громадянами за допомогою цифрових ботів і каналів [40].

Країни, такі як Естонія та Литва, розробили цифрові інструменти, такі як Suve та viLTè, які надають інформацію щодо надзвичайних ситуацій та коронавірусної інфекції громадянам. Посольства і консульства також використовують цифрові канали для надання порад та допомоги громадянам, а також для вираження солідарності з місцевим населенням, що постраждало від пандемії.

Додатково, важливо відзначити, що в медичній сфері дипломатія набула великого значення, особливо у зв'язку з можливістю закуповувати медичне обладнання і засоби захисту від коронавірусу на міжнародному рівні. Інтернет-технології дозволили обмінюватися досвідом лікування та краще координувати співпрацю міжнародно.

У майбутньому, дипломатія в медичній сфері може розвиватися як окрема спеціальність, оскільки питання політики та охорони здоров'я тісно пов'язані між собою [30, с.13].

Для забезпечення успішної "спрямованої інформації", адресованої зарубіжній аудиторії конкретної країни, необхідно враховувати різні фактори, такі як соціально-економічна ситуація у цій країні, особливості менталітету населення та зміни в політичних настроях у цьому контексті.

У розробці інформаційної політики як на національному рівні, так і на міжнародній арені, Україна враховує, що багатополярна система міжнародних відносин є найефективнішим відображенням сучасного світу. Водночас, інформаційне середовище залишається сферою, яка може потенційно створювати загрози для миру та безпеки, включаючи маніпуляції та дезінформацію. Інформація іноді використовується для створення передумов для військових дій та гуманітарних інтервенцій.

Україна має значні ресурси для зміцнення свого інформаційного впливу у світі. Для досягнення цієї мети важливо розуміти актуальні завдання та мати волю їх виконувати [34, с.5].

Засади нової Концепції зовнішньої політики визначають функції і завдання Міністерства Закордонних Справ України (МЗС), а також аналогічних департаментів на місцях. Міністерство Закордонних Справ бере на себе відповідальність за розробку та впровадження заходів із інформаційного забезпечення зовнішньої політики України, включаючи інформування вітчизняної та міжнародної громадськості про неї, сприяння правильному розумінню ініціатив і акцій на міжнародній арені, участь у міжвідомчій координації міжнародної співпраці в сфері інформації, а також

аналіз міжнародних інформаційних проблем і забезпечення участі України у міжнародних організаціях та форумах з інформаційної тематики [26, 27].

Місцеві департаменти інформації та комунікацій з громадськістю відповідають за реалізацію державної політики у сфері інформації на регіональному рівні, включаючи інформування населення, аналіз суспільно-політичних процесів, та сприяння свободі слова і діяльності ЗМІ в областях. Вони також сприяють розвитку інформаційного простору та інфраструктури своїх регіонів.

Серед медіа-засобів, які використовуються в дипломатичній діяльності в Україні, слід відзначити веб-сайт Міністерства закордонних справ України. Основний зміст сайту включає виступи Президента, Міністра закордонних справ та інших офіційних осіб, а також нормативні акти органів виконавчої і законодавчої влади з питань зовнішньої політики і міжнародної економіки. Крім того, існує інформаційний бюлетень Департаменту інформації та комунікацій з громадськістю, де регулярно публікуються аналітичні матеріали, виступи посольств та різноманітна інформація, присвячена діяльності дипломатичних представництв і ветеранам дипломатичної служби [26].

Використання Інтернету і соціальних медіа має величезний вплив на спосіб спілкування і взаємодії людей та суспільств. Ці технологічні досягнення змінили підходи до організації різних видів діяльності, включаючи дипломатичну.

Клей Шеркі в своїй праці "Here Comes Everybody: the Power of Organizing without Organizations" описує, як соціальні медіа дозволяють суттєво зменшити витрати на організацію та координацію. Це дозволяє окремим особам стати ініціаторами і координаторами великомасштабних соціальних і політичних акцій. Використовуючи соціальні медіа, люди можуть організовуватися і співпрацювати без обов'язкової прив'язки до організацій і структур [61].

Проте цей розвиток також має свої обмеження і проблеми. З одного боку, зменшення організаційних витрат сприяє залученню більшої кількості людей до участі в глобальних діалогах і співпраці. З іншого боку, ця відкритість робить людей більш вразливими перед службами безпеки та суспільством своїх країн. Через тиск і залякування з боку влади або суспільства, деякі люди можуть самоцензуритися і утримуватися від вираження своїх думок. Більше того, соціальні медіа можуть бути використані для поширення ненависті, ксенофобії та цензури.

1.2 Історичний контекст медіадипломатії в українсько-російських взаєминах

В сучасному світі практично кожна країна використовує соціальні мережі та медійну діяльність в своїй зовнішній політиці. Однак рівень розвитку технологій та їх ефективність можуть значно відрізнятись від країни до країни. Україна, наприклад, хоч і використовує різні інформаційно-комунікаційні технології в міжнародних справах, все ж перебуває на етапі активного розвитку цифрової дипломатії.

Процес впровадження цифрової дипломатії в Україні можна розділити на кілька етапів. Перший етап включає в себе визнання поняття "цифрова дипломатія" в державних документах, таких як Доктрина інформаційної безпеки України. Документ виділяє розвиток різних аспектів публічної дипломатії, включаючи культурну та цифрову, як пріоритети державної політики з метою створення позитивного міжнародного образу України [29].

Далі в еволюції цифрової дипломатії в Україні відіграв важливу роль процес включення цього поняття в роботу МЗС України. Впровадження цифрової дипломатії призвело до реформування і ребрендингу соціальних медіа-акаунтів Міністерства закордонних справ та реєстрації всіх посольств України в соціальних мережах. Створення спеціалізованого структурного

підрозділу, який відповідав за цифрову дипломатію, було ще одним важливим кроком у розвитку цієї сфери [15].

Міністерство закордонних справ України систематично працювало над посиленням присутності країни в міжнародному інформаційному просторі та активно використовувало соціальні мережі для проведення інформаційних онлайн-кампаній. Ці кампанії, такі як #RussiaInvadedUkraine, #StopFake, #LetMyPeopleGo, #CrimeaIsUkraine і інші, допомогли залучити увагу глобальної спільноти та розширити аудиторію МЗС України на платформі Twitter [51, 46].

Хоча впровадження інформаційних технологій в українській дипломатії було довгим та складним процесом, ці технології поступово стали важливою частиною діяльності українського уряду. Це відзначало перехід від традиційних засобів масової інформації, таких як радіо, телебачення і друковані ЗМІ, до більш сучасних інтернет-засобів інформаційного спілкування. Однак варто відзначити, що цей перехід має як позитивні, так і негативні аспекти, і його вплив на політичну сферу поки не може бути оцінений об'єктивно.

Використання інформаційних систем і соціальних мереж має кілька значущих переваг. По-перше, це дозволяє більш швидко та ефективно організовувати міжнародні процеси, листуватися, обмінюватися інформацією та призначати зустрічі, особливо в умовах обмежень, спричинених пандемією коронавірусу. Наприклад, онлайн-конференції та засідання стали засобом збереження міжнародного спілкування [32].

По-друге, використання соціальних мереж інформаційних систем дозволяє залучити увагу глобальної аудиторії до глобальних та національних проблем. Це особливо важливо для країн, які намагаються привернути увагу світу до своїх справ. Для України це було особливо актуальним під час подій 2013-2014 років, коли використання соціальних мереж допомогло привернути увагу світу до ситуації в країні та отримати підтримку.

Окрім переваг, важливо враховувати можливі негативні аспекти використання інформаційних технологій. Наприклад, інформація в інтернеті не завжди фільтрується і може бути спотвореною, провокаційною або пропагандистською. Це особливо небезпечно, коли молодь, яка не завжди розуміє політику, впливається такою інформацією. Вплив інформаційних технологій на молодь може мати як позитивний, так і негативний вплив на суспільство.

Важливо відзначити, що в останні роки кіберзлочинність, включаючи такі форми, як кібертероризм, інформаційна війна, хакерські атаки та інші, стала більш поширеною та загрозливою. Це означає, що застосування цифрової дипломатії у зовнішній політиці країни та використання соціальних мереж у дипломатичній діяльності може надавати нові можливості для кіберзлочинності з боку різних країн [32].

Наприклад, згідно з офіційним сайтом Служби безпеки України (СБУ), у 2020 році ця організація зареєструвала 600 кібератак та кіберінцидентів на інформаційні ресурси органів влади та об'єкти критичної інфраструктури. Значна частина цих атак була спрямована на зниження рівня інформаційної безпеки України та поширення деструктивного контенту [50].

Відносини між Україною та Росією мають глибокі корені, які сягають десятиліття, якщо не століття назад. Починаючи від часів Київської Русі, коли території сучасної України та Росії були частинами одного політичного організму, взаємини були змінливими, але завжди важливими для обох націй. Взаємини стали особливо напруженими після розпаду СРСР, коли Україна стала незалежною країною.

Медіа завжди відіграло важливу роль в зовнішньополітичних взаєминах між двома країнами. В період "помаранчевої революції" 2004 року, російські та українські медіа активно формували публічну думку. Наприклад, російські медіа часто представляли події як "західний змов", спрямований проти Росії, в той час як українські медіа акцентували увагу на демократичних цінностях та національній незалежності [60].

Медіа відіграло важливу роль у "газових війнах" між Україною та Росією в 2006 та 2009 роках. Російське телебачення часто використовувало термінологію про "неплатоспроможну" Україну, що намагається "вкрати" російський газ. З свого боку, українські медіа підкреслювали несправедливість російських тарифів та політичний характер газового конфлікту.

У 2008 році, під час війни між Росією та Грузією, українське та російське медіа оприлюднили різні версії подій, що додатково затвердило поділ між двома країнами на рівні публічної думки.

В період до окупації Криму, медіа було важливим інструментом у формуванні домінуючих наративів. Російське медіа активно використовувало концепцію "руського мира" для обґрунтування своїх дій, в той час як українські медіа висвітлювали це як порушення суверенітету та територіальної цілісності України [28].

Спектр впливу медіа не обмежується лише внутрішнім споживачем; міжнародні новинарні агентства та дипломатичні установи також є важливими консументами медійної інформації. Наприклад, російська державна медіакомпанія "Росія сьогодні" старалася впливати на міжнародну думку через свої платформи, такі як RT та Sputnik, пропагуючи російську точку зору на різні глобальні події, включаючи українсько-російський конфлікт.

Взагалі, медіа не лише відображає реалії політичних взаємин між Україною та Росією, а й активно впливає на них, формуючи публічну думку та дипломатичну агенду. І цей вплив може бути різним: від формування національної ідентичності до виправдання або засудження воєнних дій [1].

Помаранчева революція, що відбулася в Україні в 2004 році, була переломним моментом у взаєминах між Україною та Росією, а також яскравим прикладом впливу медіа на публічну думку та міжнародні відносини. Медіа відіграло ключову роль в формуванні думки громадян та їхньому сприйнятті подій.

В Україні, незалежні та опозиційні медіа відіграли важливу роль у розгортанні подій. Це було часом, коли інтернет ще не був таким всеосяжним,

тому телебачення та газети були основними джерелами інформації. Канали, як "5 канал," надавали платформу для опозиційних лідерів і журналістів, які змогли висвітлити події з різних точок зору.

Російські медіа, зокрема державні канали, активно висвітлювали Помаранчеву революцію як спробу "західної інтервенції" у справи "братнього народу". Вони створювали наратив, згідно з яким Захід намагався "відірвати" Україну від Росії і втрутитися в її внутрішні справи. Такі позиції активно підтримувалися владою Росії, і вони прозвучали в усіх основних державних медіа, включаючи канали, такі як "Перший канал" та "Росія 1" [7].

З свого боку, українські медіа демонстрували різні підходи до висвітлення подій. Взагалі, вони були більш сфокусовані на питаннях демократії, прав людини та національної незалежності. Українське медіа описувало Помаранчеву революцію як мирний протест проти фальсифікацій виборів, акцентуючи на жагучій потребі політичних реформ.

Медіа обох країн стали "гравцями" на політичному полі, керуючи не лише національною, але і міжнародною думкою. Російське медіа намагалося вплинути на російськомовну частину населення України, а українське медіа намагалося звернути увагу Заходу на події в країні.

У результаті, обидва медіапростори сформували протилежні наративи, які спричинили розкол не тільки в публічній думці, але й на рівні міждержавних відносин. Це стало основою для подальших політичних та соціальних розбіжностей між двома країнами. Таким чином, медіа відіграло вирішальну роль в дипломатичних і політичних взаєминах України та Росії під час Помаранчевої революції.

В період перед початком російсько-української війни в 2014 році, медіадипломатія відіграла величезну роль в формуванні публічної думки та зовнішньополітичного дискурсу. Росія використовувала медіа для встановлення наративу, згідно з яким російськомовні громадяни на сході України піддаються переслідуванню, і тому потребують "захисту". Зокрема,

російські державні медіа часто згадували концепції, як "русский мир" (російський світ) і "фашистська хунта" в Києві, щоб обґрунтувати свої дії [9].

В медійному просторі Росії активно поширювались ідеї про "братські народи", які повинні залишатися разом. Навіть перед анексією Криму, російське телебачення вже показувало репортажі про "переслідувані" російськомовні громадяни в Україні. Ця медійна стратегія мала на меті не просто формування публічної думки в Росії, але й в Україні та на міжнародній арені.

Україна, у свою чергу, намагалася контратакувати, використовуючи власні медійні ресурси для роз'яснення ситуації. Українське медіа акцентувало увагу на порушенні міжнародного права Росією та агресії проти суверенної держави. Теми, як "захист територіальної цілісності" та "російська агресія", стали ключовими в українському медійному просторі [14].

Важливо відзначити, що обидві сторони активно використовували соціальні медіа для мобілізації підтримки та поширення своїх наративів. В Росії це було великою масштабною кампанією, яка включала в себе не тільки традиційні медіа, але і армію "тролів", які активно коментували події в інтернеті. Україна відповіла створенням власних волонтерських груп, які займалися моніторингом та виправленням дезінформації в соціальних медіа.

У контексті російсько-української війни, інформаційні війни та пропаганда стали суттєвими елементами медіадипломатії. Зрозуміло, що інформація та її поширення відіграли ключову роль в управлінні відносинами між двома країнами, а також у формуванні їх образів на міжнародній арені [14].

Росія активно використовувала свої державні медіа-ресурси, такі як RT (Росія сьогодні) та Sputnik, для поширення свого власного наративу на міжнародному рівні. Ці ресурси часто публікували матеріали, що представляли Україну як країну, що перебуває в хаосі, і де правлять націоналісти. Однією з ключових тактик було використання "критичних

експертів" з Заходу, які підтримували російську позицію, для того, щоб створити ілюзію об'єктивності.

Своєю чергою, Україна намагалася використовувати медіа для пояснення суті конфлікту, акцентуючи увагу на порушенні міжнародних норм та принципів. Українські журналісти та активісти використовували соціальні медіа для поширення доказів російської агресії, таких як фотографії та відео з окупованих територій. Однією з успішних ініціатив було створення проекту "Інформаційний спротив", який займався моніторингом та виправленням дезінформації.

Зовнішній вплив медіадипломатії також був значущим. Російська пропаганда мала на меті не лише внутрішню аудиторію, але й міжнародну. Спроби вплинути на загальної публіки та політичні круги в Європі та Сполучених Штатах відбувались через активну роботу в соціальних медіа та через використання "м'якої сили" в культурних та академічних ініціативах [17].

Україна, намагаючись протистояти російській медіа-машині, активізувала дипломатичні зусилля, організувавши ряд інформаційних кампаній за кордоном та залучивши українську діаспору для поширення правдивої інформації.

1.3 Медіа-платформи як актори медіадипломатії

Медіа-платформи стали невід'ємною частиною сучасного інформаційного простору, виконуючи роль не просто каналів для передачі інформації, а й майданчиків для взаємодії, дебатів та формування публічної думки. Це додатково підкреслює їх ключову роль в медіадипломатії, що є підсиленням або зміною дипломатичних взаємин через засоби масової інформації.

Один із яскравих прикладів важливості медіа-платформ можна побачити на прикладі "помаранчевої революції" в Україні у 2004 році. Тоді медіа-платформи відіграли ключову роль у мобілізації громадян та в поширенні альтернативної інформації, що стало важливим чинником політичних змін [2].

В контексті російсько-українського конфлікту, медіа-платформи ще більше набирають на важливості. Російські медіа, такі як RT і Sputnik, активно використовують свої платформи для формування нарративу, сприятливого для російської зовнішньої політики. З іншого боку, українські медіа, наприклад, Hromadske, використовують цифрові платформи для надання голосу опозиційним рухам та для міжнародної адвокації.

Не можна ігнорувати і роль соціальних медіа, особливо Twitter, де державні лідери і офіційні установи обох країн активно комунікують з міжнародною спільнотою. Це створює нову площину для "дипломатії в реальному часі", де реакції та заяви розглядаються і аналізуються негайно [18].

Важливо зазначити, що медіа-платформи не лише впливають на публічну думку внутрішньо, але й формують міжнародну перцепцію конфлікту. Так, наприклад, міжнародні незалежні журналістські організації та факт-чекінгові агентства активно використовують медіа-платформи для розкриття дезінформації та пропаганди.

Традиційні ЗМІ — газети та телебачення — незмінно залишаються важливими елементами медіадипломатії, хоча їх роль зазнала певних змін в еру цифрової комунікації [36].

По-перше, традиційні ЗМІ вважаються більш авторитетними та надійними джерелами інформації для багатьох груп населення. Наприклад, під час Кримської кризи в 2014 році, багато людей сприймали інформацію від великих новинних організацій, таких як BBC або CNN, як більш об'єктивну порівняно з інформацією в соціальних мережах [36].

По-друге, традиційні ЗМІ мають ширший охоплення аудиторії. У многих країнах, особливо серед старшого покоління, телебачення залишається основним джерелом новин. Це було відзначено, наприклад, під час

"помаранчевої революції" в Україні, коли телеканали відіграли ключову роль у формуванні публічної думки.

Однак у традиційних ЗМІ є і свої обмеження. Їх здатність швидко реагувати на події обмежена технічними і редакційними факторами. Більше того, вони можуть бути піддані цензурі або контролю з боку держави, як це сталося з російськими ЗМІ під час анексії Криму [36].

Також варто згадати, що традиційні ЗМІ можуть бути використані для пропаганди. Наприклад, російське телебачення активно використовувало образ "фашистської України" для маніпулювання публічною думкою і подальшого закріплення російських позицій на міжнародній арені [22].

Таблиця 1.1

Роль різних медіа-платформ в медіадипломатії між Україною та Росією

Платформа	Використання з боку України	Використання з боку Росії	Вплив на публічну думку
Twitter	Офіційні повідомлення, кампанії	Офіційні повідомлення, кампанії	Широкий
Facebook	Інформаційні кампанії, дискусії	Інформаційні кампанії, дискусії	Широкий
Instagram	Пропаганда культури, «м'який вплив»	Пропаганда культури, «м'який вплив»	Обмежений
YouTube	Аналітичні програми, інтерв'ю	Аналітичні програми, інтерв'ю	Середній
Podcasts	Дискусії, аналітика	Дискусії, аналітика	Обмежений
RT/Sputnik	-	Державна пропаганда	Середній до великий
BBC World Service	Незалежна журналістика	-	Середній

[37]

Почнемо з впливу. Якщо ми згадаємо події, що передували вторгненню Росії в Україну в 2014 році, можна побачити, як російське телебачення формувало настрої серед своєї аудиторії. Наратив про "захист російськомовного населення" був активно поширений через канали, такі як Росія 1 та RT, що підготувало ґрунт для подальших військових дій. Такий вплив на громадську думку не можна було б досягнути так швидко через будь-який інший канал.

Спротивні приклади також є. В Україні, під час подій Євромайдану, телеканал "5 канал" відіграв важливу роль у наданні альтернативної інформації та в об'єднанні людей проти режиму Януковича.

Однак у традиційних ЗМІ є свої обмеження. Вони часто піддаються політичному впливу або цензурі. Наприклад, в Китаї, де інтернет-цензура є всеосяжною, державні телеканали і газети часто використовуються для формування національного і міжнародного образу країни, що спотворює реальність [35].

Соціальні медіа виявилися революційними в плані медіадипломатії, внісши в дипломатичний діалог невідомий раніше рівень доступності та швидкості. Давайте розглянемо це на конкретних прикладах.

Однією з найбільш відомих ситуацій, де Twitter відіграв ключову роль, були "арабські весни", коли масові протести організовувались і координувались через соціальні медіа. Це показало, що глобальний діалог може відбуватися без проміжних агентів, таких як ЗМІ або дипломатичні установи [21].

В контексті російсько-української війни, обидві сторони активно використовували Facebook, Twitter і Instagram для донесення своїх позицій до міжнародної спільноти. Це стало особливо важливим для України, яка, не маючи такого масштабу міжнародних медіа-ресурсів, як Росія, вдало використала соціальні медіа для просування своєї агенди. Президент Володимир Зеленський, наприклад, активно користується своїми соціальними мережами для комунікації як з внутрішньою, так і з міжнародною аудиторією [51].

Донедавна важко було уявити, що високий дипломатичний діалог буде вестися через твіти, але це саме те, що ми спостерігаємо сьогодні. Державні лідери, включаючи экс-президента США Дональда Трампа та прем'єр-міністра Індії Нарендру Моді, активно використовують Twitter для анонсування важливих політичних рішень або навіть для ведення "твіт-дипломатії" з іншими країнами [4].

Цей новий лад не обходиться без проблем. Швидкість та емоційність, які є характерними для соціальних медіа, можуть призвести до недорозуміння або ескалації конфліктів. Додатково, простір для дезінформації зростає: фейкові акаунти, "тролі" та боти можуть маніпулювати думкою публіки та змішувати діалог.

Платформи для відео- та аудіоконтенту, зокрема YouTube та подкасти, відіграють все більш значущу роль в міжнародному діалозі та медіадипломатії. Ці платформи дозволяють охопити широку аудиторію, оскільки вони вільно доступні та мають великий користувачський охоплення [35].

Розглянемо, наприклад, роль YouTube в міжнародних відносинах. У 2011 році, під час військового конфлікту в Сирії, активісти почали використовувати цю платформу для публікації відео, що документували злочини проти людяності. Це привернуло увагу міжнародної спільноти та СМІ, що змінило хід діалогу і привело до міжнародної реакції.

YouTube також служить майданчиком для офіційних заяв та кампаній від урядових організацій. Наприклад, МЗС багатьох країн має власні канали, де вони публікують прес-конференції, інтерв'ю з дипломатами та інші важливі матеріали [26].

Щодо аудіоконтенту, подкасти стають все більш популярним засобом для глибокого аналізу міжнародних подій. Це особливо корисно для публіки, яка шукає більш деталізовану інформацію, ніж та, що зазвичай надається традиційними ЗМІ. Наприклад, подкасти як "The Daily" від New York Times або "The World Next Week" від Council on Foreign Relations дозволяють слухачам глибше зрозуміти міжнародні відносини.

Ці платформи також дають можливість для "грасутової дипломатії". Звичайні люди можуть створювати контент, що має дипломатичний вплив. Наприклад, популярні YouTube-блогери з Південної Кореї та Північної Кореї можуть ділитися повсякденним життям у своїх країнах, спростовуючи стереотипи та сприяючи кращому розумінню між народами.

Державні медіа-платформи часто використовуються як засоби для підтримки національних інтересів на міжнародній арені. У контексті України та Росії, це особливо актуально, оскільки обидві країни знаходяться в складній геополітичній ситуації [2].

Зокрема, російські медіа-платформи, такі як RT і Sputnik, активно використовуються для поширення наративів, які підтримують російську зовнішню політику. Ці платформи намагаються вплинути на міжнародну думку, публікуючи матеріали, які освітлюють події в Україні з позицій Кремля. Наприклад, під час анексії Криму в 2014 році, RT та Sputnik намагалися представити цей акт як "повернення Криму на російську рідну греблю", ігноруючи міжнародне право та суверенітет України.

З іншого боку, Великобританія через свій BBC World Service намагається забезпечити балансоване та незалежне висвітлення подій. BBC World Service часто використовується як джерело авторитетної інформації в Україні, і це може служити як контрвага російській дезінформаційній кампанії [3].

Ці медіа-платформи не просто впливають на публічну думку в самих Україні та Росії, але й прагнуть вплинути на міжнародну аудиторію. Це важливо для формування союзів, вибудовування довіри, або навіть для економічної підтримки. Наприклад, під час недавнього зближення Росії та Китаю, RT та Sputnik активно висвітлювали події, що позитивно відображали цей альянс, спрямовуючи свої ресурси на китайську аудиторію.

Враховуючи все вищезазначене, можна сказати, що державні медіа-платформи відіграють ключову роль у медіадипломатії між Україною та Росією. Вони служать не лише засобами впливу на внутрішню та міжнародну публіку, але й активними інструментами геополітичної стратегії обох країн [8].

Громадські і незалежні медіа-платформи як Hromadske в Україні або Meduza, що працює в Росії, відіграють важливу роль в формуванні публічної думки та зовнішньої політики. Hromadske, наприклад, висвітлювало події на Майдані, а також забезпечує деталізоване висвітлення конфлікту на сході

України. Це важливо для формування публічної думки не лише на національному, але і на міжнародному рівні.

Локальні та гіперлокальні медіа-платформи відіграють роль в медіадипломатії на регіональному рівні. Ці медіа дозволяють фокусуватися на конкретних, місцевих питаннях, що може мати глобальний вплив. Наприклад, місцеві новини про екологічні проблеми можуть звернути увагу міжнародної спільноти і привести до дипломатичної реакції [8].

Факт-чекінг та аналітичні платформи, такі як Snopes або український StopFake, є життєво важливими в боротьбі проти дезінформації. StopFake активно займається виявленням фейкових новин про Україну і конфлікт на сході країни. Це важливо не тільки для національної безпеки України, але і для стабільності в регіоні.

Кейс-студії часто розкривають успіхи та провали медіадипломатії. Один із відомих прикладів — використання соціальних медіа під час анексії Криму в 2014 році. Російські медіа-платформи активно просували наратив про "російський світ" та "операцію з захисту російськомовних громадян", тоді як українські та західні медіа намагалися висвітлити ситуацію як порушення міжнародного права. У цьому контексті, платформи типу StopFake відіграли ключову роль у виявленні та виправленні дезінформації [12].

Ще одним прикладом може слугувати випуск ВВС документального фільму "Росія та ЦРУ: Таємна історія", який викликав обурення в Кремлі і призвів до дипломатичних протестів. Це показує, як державні медіа можуть викликати реакцію на міжнародному рівні.

Невдалим прикладом можна вважати відомий "Інцидент з мальтійським літаком" в 2020 році, коли інформація була спотворена й використана для політичного тиску, що призвело до міжнародного скандалу і пошкодило репутації країн-учасниць [12].

Медіа-платформи відіграли критичну роль в медіадипломатії російсько-української війни. Вони формують не тільки внутрішню, але і зовнішню публічну думку, а в ряді випадків стають прямим інструментом дипломатії

або, на жаль, пропаганди. Залучення різних типів медіа-платформ, від державних до громадських і незалежних, дозволяє бачити більшу картину та краще розуміти, як медіа може впливати на міжнародні відносини. Це підкреслює важливість критичного мислення та медіаграмотності в сучасному світі.

РОЗДІЛ II

АНАЛІЗ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ МЕДІАДИПЛОМАТІЇ ТА ЗОВНІШНЬОПОЛІТИЧНИХ РІШЕНЬ

2.1 Формування публічної думки через медіадипломатію

Медіадипломатія — це здатність використовувати медійні ресурси для досягнення дипломатичних цілей. Це не просто інструмент пропаганди; це складний процес взаємодії, спрямований на формування публічної думки та вплив на зовнішньополітичні рішення. Наприклад, в період Холодної війни, обидві сторони активно використовували радіо, як "Голос Америки" чи "Радіо Свобода", для передачі своїх повідомлень через кордони.

Основна задача медіадипломатії полягає в тому, щоб презентувати позицію країни так, щоб вона була зрозумілою та прийнятною для широкої аудиторії. До прикладу, після анексії Криму Росією в 2014 році, Україна активно використовувала медіа для просування тези про порушення міжнародного права. Це було зроблено не тільки через традиційні ЗМІ, але і через соціальні мережі, де українські дипломати та звичайні громадяни вели активний діалог з міжнародною спільнотою [11].

Медіадипломатія також відіграє ключову роль в екстрених ситуаціях. Подумайте про недавні лісові пожежі в Австралії або навіть про пандемію COVID-19. У обох випадках, медіа стали не просто інструментом інформування, але й засобом мобілізації міжнародної допомоги. Інформація та зображення, які були розповсюджені через медіа, викликали широкий громадський резонанс і сприяли конкретним діям з боку інших країн.

Специфіка медіадипломатії полягає ще й у тому, що вона дозволяє країнам обійти офіційні канали дипломатії. Це особливо важливо для менш впливових країн, які можуть не мати необхідних ресурсів або політичної ваги для прямого взаємодії з більш великими гравцями на міжнародній арені.

Медіадипломатія не тільки впливає на міжнародну сцену, але й на внутрішню публічну думку країни. Вона може служити інструментом підтримки національних інтересів, особливо в часи кризи або конфлікту [24].

В контексті російсько-української війни, що посилилася з 24 лютого 2022 року, медіа в Україні та Росії використовувались для формування певної наративи. Українські медіа часто показують ситуацію як захист суверенітету і незалежності країни, а російські медіа — як необхідну операцію з "захисту російськомовних громадян", наприклад. Ці наративи впливають не тільки на відношення між країнами, але й на внутрішню публічну думку.

Особливо важливий вплив медіадипломатії можна спостерігати під час виборів або великих соціальних рухів. Наприклад, під час президентських виборів в Україні в 2019 році, зовнішні і внутрішні медіа відіграли ключову роль у формуванні публічної думки. Кандидати використовували соціальні мережі для прямого звернення до виборців, обходячи традиційні медіа, і це вплинуло на результати виборів [31].

В Україні, медіадипломатія через такі платформи, як Facebook та Twitter, стала механізмом мобілізації громадянського суспільства. Це було видно під час Революції Гідності, коли соціальні медіа стали інструментом для координації дій та розповсюдження інформації.

І наостанок, важливо розуміти, що медіадипломатія — це не завжди прозорий процес. Інформаційні війни, фейкові новини та дезінформація стали важливою частиною сучасних конфліктів, включаючи війну між Україною та Росією. Стратегічне використання медіа може не тільки формувати публічну думку, але і дезорієнтувати, створюючи поділ між реальністю та тим, як її сприймає суспільство [33].

Таблиця 2.1

Вплив медіадипломатії на зовнішню публічну думку

Аспект	Приклади кампаній/заходів	Можливий вплив на зовнішню публічну думку
--------	---------------------------	---

Позиціонування країни	Вакцинальні кампанії, екологічні ініціативи	Підвищення міжнародного статусу
Зміна стереотипів	Культурні обміни, фестивалі	Позитивний пересмотр уявлень про країну
Кризова комунікація	Офіційні заяви під час конфліктів	Поширення або зміна інформаційного поля
Глобальні ініціативи	Кампанії за права людини	Вплив на міжнародні стандарти та договори

[39]

Вплив медіадипломатії на зовнішню публічну думку часто виявляється через спроби позиціонування країни на міжнародній арені. Це може бути як репутаційна кампанія, так і ширше використання медіа для формування позитивного образу країни або для виправдання її дій.

У контексті російсько-української війни, обидві сторони активно використовують медіа для формування зовнішньої публічної думки. Україна, наприклад, співпрацює з західними медіа для показу об'єктивної картини конфлікту. Це має на меті протистояти російським інформаційним кампаніям, які часто висувують необґрунтовані звинувачення проти України.

Також важливі кампанії, які мають на меті змінити стереотипи та усталені уявлення. Наприклад, після анексії Криму Росією у 2014 році, Україна почала активну кампанію в соціальних медіа, спрямовану на розповідь про українську культуру, історію та ідентичність. Ця кампанія зосереджувалася не тільки на політиці, але й на ломанні стереотипів, що допомогло покращити імідж України на міжнародній арені [43].

Крім того, важливим прикладом може служити роль громадських дипломатів — звичайних громадян, які через соціальні медіа розповідають про свій досвід життя в умовах конфлікту. Їхні історії часто стають віральними та впливають на зовнішню публічну думку.

На державному рівні, медіа-платформи як RT і Sputnik з боку Росії та Українські державні телеканали спрямовані на формування оповіді, яка підкреслює їхні відповідні позиції в конфлікті. Після початку війни 24 лютого 2022 року, ці платформи активізували свої зусилля. RT і Sputnik, наприклад,

акцентують на незаконній діяльності української армії, тоді як українські канали фокусуються на російській агресії [47].

Приватні медіа часто намагаються залишатися більш об'єктивними, хоча їхній контент також може бути схильний до певного виду впливу чи сенсаційності. Наприклад, український новинарний сайт "Новое Время" намагається збалансувати обидві сторони конфлікту в своїх репортажах.

Незалежні журналістські організації, як Bellingcat, проводять глибокі розслідування, зокрема використовуючи відкриті дані для підтвердження або спростування заяв сторін конфлікту. Їх робота виявилася важливою для розуміння динаміки та структури війни [47].

Громадські дипломати — це ще одна важлива група. Активісти, артисти та вчені з України та Росії використовують свою платформу для просування різних відношень до війни. Український музикант Святослав Вакарчук, наприклад, активно залучений в медіа, розмовляючи про потребу миру та прав людини [53].

Всі ці актори взаємодіють у складному інформаційному полі, і їхні дії можуть мати далекосяжні наслідки, як на внутрішньому, так і на міжнародному рівнях. Вони формують публічну думку, впливають на діалог між громадянами та урядами, і таким чином, формують хід війни та її сприйняття у світі.

Методи та інструменти медіадипломатії варіюються від традиційних ЗМІ до новітніх платформ, але всі вони мають вплив на сприйняття російсько-української війни [53].

Традиційні ЗМІ, як телебачення і газети, зазвичай володіють значним авторитетом і можуть миттєво вплинути на публічну думку. Після вторгнення Росії в Україну 24 лютого 2022 року, українське телебачення стало ключовим каналом комунікації для президента Володимира Зеленського. Він використовував його для того, щоб надавати оновлення про ситуацію на фронті і мобілізувати громадян [36].

Соціальні медіа відіграють не менш важливу роль. Твіти і пости в соцмережах зазвичай розповсюджуються швидше, ніж традиційні новини, і можуть досягти глобальної аудиторії. Профіль Зеленського в Twitter став місцем, де він нерідко оновлював своїх підписників про хід бойових дій, а також взаємодіяв з міжнародними лідерами [51].

Платформи для відео та аудіоконтенту, як YouTube та подкасти, також є ефективними інструментами медіадипломатії. Яскравий приклад — відеоблоги українських військових, які діляться своїм досвідом і показують реальну картину війни, відрізняючись від офіційної лінії. Це не лише інформує глобальну аудиторію, але й допомагає створити більш персональний зв'язок між українцями та інтернаціональною спільнотою [47].

Всі ці інструменти разом формують складний ландшафт медіадипломатії в контексті російсько-української війни. Вони служать не лише для поширення інформації, але і для формування публічної думки, внутрішньої та зовнішньої, що в кінцевому підсумку впливає на хід війни і міжнародні відносини.

Формування публічної думки через медіадипломатію має і свої успіхи, і провали, особливо в контексті російсько-української війни після 24 лютого 2022 року.

Одним із успішних прикладів є використання президентом України Володимиром Зеленським соціальних медіа для прямої комунікації з населенням і міжнародною спільнотою. Його відеозвернення, які він часто публікує на своїй сторінці в Facebook або Twitter, надають ясний огляд ситуації на лінії фронту, оминучи можливі спотворення з боку інших медіа. Це зміцнило його позицію як лідера, який контролює ситуацію, і забезпечило підтримку з боку Заходу [21].

Невдалим прикладом можна вважати російські спроби використання державних медіа для формування нарративу про "захист російськомовного населення" в Україні. Незважаючи на масштабні інвестиції в медіа-платформи як RT і Sputnik, загальний настрій міжнародної спільноти лишається

скептичним до російської позиції. Це стало явно відчутним після зустрічі лідерів G7 у 2022 році, де було заявлено про необхідність продовження санкцій проти Росії.

Ще одним невдалим прикладом є використання фейкових новин та дезінформаційних кампаній. Після оголошення Росією "спецоперації", було багато випадків фальсифікацій, розповсюджених через соціальні мережі, що зображали Україну як "агресора". Однак, завдяки швидкій реакції факт-чекінгових організацій, таких як StopFake, ці спроби не мали довгострокового впливу [42].

В контексті російсько-української війни, медіадипломатія виявилася ключовим фактором, що впливає на публічну думку та зовнішньополітичні рішення. Ефективність медіадипломатії може бути виміряна через декілька важливих критеріїв, зокрема через вплив на міжнародну спільноту, стабільність внутрішньої політичної атмосфери, та через спроможність контролювати нарратив.

Наприклад, використання соціальних медіа українським президентом Зеленським для безпосередньої комунікації з громадськістю і міжнародними партнерами не лише зміцнило його внутрішню позицію, але й сприяло формуванню сприятливого зовнішнього середовища. Внаслідок цього, Україна отримала додаткову підтримку в формі гуманітарної допомоги та військової підтримки з боку Заходу [41].

На противагу, російські спроби медіадипломатії, як-то великомасштабні інформаційні кампанії через RT та Sputnik, виявилися менш ефективними. Незважаючи на великі фінансові витрати, російські нарративи залишаються під сумнівом на міжнародній арені, як видно з продовження міжнародних санкцій проти Росії.

Але важливо пам'ятати, що медіадипломатія — це не тільки діяльність на рівні держав. Численні незалежні медіа, такі як Hromadske в Україні, та факт-чекінгові платформи, як StopFake, відіграють життєво важливу роль у формуванні об'єктивної картини подій для міжнародної аудиторії

2.2 Роль медіадипломатії у процесі санкційного тиску

Санкційний тиск — це важливий інструмент зовнішньої політики, який може бути використаний для досягнення різноманітних цілей, від примусу до змін в поведінці країни-мети до створення умов для переговорів. Як і будь-який інший інструмент, санкції потребують правильного "фреймінгу" або, іншими словами, потребують супроводу у формі медіадипломатії для того, щоб бути ефективними.

Медіадипломатія тут виступає як мостик між урядовими рішеннями і публічною думкою, як внутрішньою, так і міжнародною. Інформаційний простір стає ареною, де обидві сторони — як та, що вводить санкції, так і та, проти якої вони спрямовані — намагаються виграти "серця та розуми" аудиторії [44].

Візьмемо, наприклад, російсько-український конфлікт. Після анексії Криму в 2014 році і початку воєнних дій на Донбасі, ряд країн, зокрема США і країни ЄС, ввели санкції проти Росії. Медіадипломатія в цьому випадку була важлива для пояснення суті санкцій, їхньої законності та необхідності, як для внутрішньої, так і для міжнародної аудиторії.

Українські ЗМІ і дипломатичні канали активно працювали над тим, щоб показати необхідність та ефективність санкцій, акцентуючи на правопорушеннях Росії та підкреслюючи потребу в міжнародній солідарності. Такі платформи як Hromadske International чи StopFake були важливими в розповсюдженні цієї інформації [44].

З іншого боку, російські медіа, такі як RT або Sputnik, намагалися переформулювати санкції як "антиросійські" та неефективні, спрямовуючи свої зусилля на внутрішню і міжнародну аудиторію, щоб створити сумніви щодо законності та ефективності санкцій [47].

Необхідно надавати велику увагу запобіганню обходу санкцій при їх впровадженні, оскільки країни, що підпадають під санкції, часто шукають

способи уникнути обмежень. Це може підривати ефективність санкцій. Один із способів цього досягнення - це зміцнення механізмів виконання санкцій та обмеження можливостей обходу.

Таблиця 2.2

Взаємодія з противниками у контексті санкційного тиску

Стратегія	Приклади кампаній/заходів	Можливий вплив на політичну напругу
Зниження політичної напруги	Гуманітарні повідомлення, культурні обміни	Зменшення агресії, підвищення довіри
Зміна нарративу противника	Фактчекінг, викладення міжнародного права	Переосмислення санкцій, зменшення підтримки антагонізму
Прямий діалог	Пряма комунікація між лідерами через медіа	Встановлення основи для подальших переговорів
Мобілізація третіх сторін	Залучення міжнародних організацій для посередництва	Створення механізмів для розв'язання конфлікту

Джерело: [розроблено автором]

Таблиця показує різні стратегії та методи, які можна використовувати в медіадипломатії для взаємодії з противниками у контексті санкцій. Кожна стратегія має свої плюси та мінуси, але в комбінації вони можуть створити ефективний підхід до управління конфліктом та напругою на міжнародному рівні.

У 2022 році Європейська Комісія внесла пропозицію щодо створення директиви, яка визначала б кримінальні злочини та покарання за порушення санкцій Союзу, з метою підсилити контроль над їх виконанням.

В Україні санкції почали застосовувати вже в 2014 році, після анексії Криму Росією. У цей час був прийнятий перший закон про санкції (№1644-VII від 14 серпня 2014 року).

Згідно із статтею 5 цього закону, прийняття рішень щодо санкцій проти окремих осіб (персональні санкції) входить у повноваження Ради національної безпеки і оборони України (РНБО). Розгляд таких санкцій і види

застосовуваних обмежень визначаються рішеннями РНБО і стають обов'язковими до виконання з моменту видання указу Президента України.

Крім національного списку санкцій РНБО, в Україні також існує перелік осіб, пов'язаних з терористичною діяльністю, або суб'єктів, до яких застосовані міжнародні санкції, який відомий як перелік терористів [40].

У контексті збройної агресії проти України і зростання глобальних санкцій проти держав-агресорів і їх підтримувачів стає важливим зосередження на заходах, які спрямовані на підвищення ефективності управління ризиками легалізації (відмивання) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансування тероризму та розповсюдження зброї масового знищення.

Тому Національний банк України рекомендує банкам приділяти увагу фактам включення їх клієнтів до санкційних списків інших країн і міжнародних об'єднань, щоб уникнути порушень санкційних обмежень.

Медіадипломатія не лише допомагає формувати публічну думку, але й активно взаємодіє з процесом створення санкційної повістки. Це полягає не лише в "продажу" вже прийнятих рішень про санкції аудиторії, але і в активному впливі на формування цих самих рішень [13].

Розглянемо, наприклад, події, що сталися після 24 лютого 2022 року в контексті українсько-російського конфлікту. ЗМІ на обох сторонах були активними учасниками не лише в розповсюдженні інформації, але і в формуванні політичної повістки.

Українські ЗМІ, такі як «Українська правда», та міжнародні платформи, в яких Україна мала можливість виступити — The Guardian, Washington Post, і так далі — активно висвітлювали наслідки конфлікту, при цьому аргументуючи необхідність посилення або введення нових санкцій проти Росії. Це, в свою чергу, створювало додатковий тиск на політичних лідерів Заходу [36].

В свою чергу, російська сторона активно використовувала свої медіа-ресурси для подання альтернативної точки зору. Російські ЗМІ намагалися

показати санкції як несправедливі, а нерідко і як "двійкові стандарти", акцентуючи, наприклад, на відсутності санкцій проти інших країн, з якими Захід має бізнес-інтереси.

Важливо також відзначити роль незалежних журналістських організацій та ініціатив, таких як Bellingcat, які займаються розслідуванням і публікацією даних, що можуть бути використані для обґрунтування санкцій. Їхні розслідування часто використовуються як доказова база в процесі прийняття рішень на міжнародному рівні [61].

Медіадипломатія не тільки впливає на вітчизняну аудиторію кожної з країн-учасниць конфлікту, але й стає важливим інструментом у зміцненні або, навпаки, розриві відносин зі світовою спільнотою. Події на українсько-російському фронті після 24 лютого 2021 року знову актуалізували це питання.

Українська сторона, зокрема, зробила значний натиск на союзників у НАТО та ЄС через медіа. Сюжети про російські військові дії, включаючи потрапляння цивільних, були активно висвітлені не лише в українських, але і в західних ЗМІ. Така тактика вдало вплинула на рішення деяких країн посилити військову допомогу Україні. Зокрема, Польща, Литва та інші країни відгукнулися на українські заклики, що стало можливим частково завдяки ефективній медіадипломатії.

Росія, в свою чергу, використовує свою медіа-стратегію для спроби змінити рамки дискурсу в ООН та інших мультилатеральних організаціях. Через свої медіа-платформи Росія намагається представити свою діяльність як "миростворчу", зусилля для "захисту російськомовних громад". Це є спробою вплинути на рішення та позицію інших держав, особливо тих, які не є прямими учасниками конфлікту [59].

Зауважимо, що медіадипломатія може мати і двозначний характер. Так, велика кількість фейкових новин та дезінформації, що з'явилися під час конфлікту, може не лише посилити, але і розсадити довіру між партнерами. Тому критичне відношення до інформації та її перевірка є важливим аспектом в умовах війни.

2.3 Внесок медіадипломатії в міждержавні переговори

Протягом більше як восьми років, деякі колишні військові, дипломати, журналісти і науковці з США, Німеччини, Франції, Італії, Великої Британії та інших країн поширювали російську пропаганду за кордоном, говорячи про "громадянську війну/кризу/конфлікт в Україні" та висловлюючи сумніви щодо територіальної цілісності України, зокрема, щодо Криму.

Ці спікери, які виявили лояльність до путінського режиму, виступали на користь Росії, впроваджуючи російські наративи у європейські та американські медіа та під час громадських дебатів.

Після повномасштабного російського вторгнення в Україну 24 лютого 2022 року ситуація зазнала змін: деякі представники міжнародного співтовариства змінили свою позицію і висловили солідарність з українським народом [56].

Але залишилися ті, хто відкрито підтримує російське насильство проти українців, а також ті, хто, виглядаючи як "альтернативні голоси", продовжує публікувати проросійські думки.

При аналізі іноземного інформаційного простору аналітики Центру протидії дезінформації при РНБО виявили понад сотню таких науковців, військових, журналістів та політиків, яких можна розділити на три категорії:

1. Ті, хто відкрито підтримує ідеї путінського режиму.
2. Ті, хто висловлює співчуття народу України, але виправдовує дії Росії.
3. Ті, хто заявляє про підтримку України та засуджує російську агресію, але піднімає питання про необхідність перемовин та виступає проти постачання озброєння Україні.

Останні дві категорії коментаторів представляють найбільшу загрозу, оскільки вони намагаються підірвати публічну думку шляхом прихованих тверджень та натяків, спрямованих на виправдання російської агресії та

підштовхування ідеї про відсутність суб'єктності України в світовій політиці. Цих спікерів можуть сприймати як об'єктивних та незалежних, що робить їхню діяльність деструктивною для суспільства [20].

Спершу розглянемо групу відкритих прихильників ідей путінського режиму. Зазвичай ці коментатори відкрито виражають підтримку президента Російської Федерації і не приховують своє позитивне ставлення до нього. Вони складають приблизно 20% від загальної кількості аналізованої діяльності іноземних спікерів [56].

Серед найактивніших представників цієї категорії можна виділити Інститут Шиллера (The International Schiller Institute), заснований у Німеччині та нині базується у США, а також французький Центр досліджень у сфері розвідки (CF2R).

Діяльність Інституту Шиллера (The International Schiller Institute) охоплює 50 країн світу, але основну активність ведуть лише 5-7 осіб, які є фундаторами цього інституту. Вони активно просувають російські наративи, які стосуються "поширення русофобії у світі", "відсутності свободи слова за межами Росії", "російського Криму та Донбасу" та "фейків" стосовно подій у Бучі. Деякі з цих осіб включають засновницю та президента Інституту Шиллера Хельгу Цепп-Ларуш (Helga Zepp-LaRouche), ексвіцеголову Національної розвідувальної ради ЦРУ з довгострокового прогнозування Грехема Е. Фуллера (Graham Fuller), фахівця з російсько-датських відносин Йенса Йоргена Нільсена (Jens Jorgen Nielsen), колишнього офіцера французької розвідки Еріка Денісі (Eric Denese), колишнього радника керівництва Республіканської партії в Сенаті Джима Джатраса (Jim Jatras) та інших [56].

Загалом Інститут Шиллера добре відомий своєю підтримкою колишнього президента США Дональда Трампа. Організація стала фігурантом різних скандалів з самого часу її створення в 1985 році, про що, наприклад, повідомляло видання "The Washington Post".

Французький Центр досліджень у сфері розвідки (CF2R) намагається відкидати звинувачення у підтримці путінського режиму, незважаючи на те,

що голова цієї організації, Ерік Денісі, висловлювався публічно, висловлюючи думку, що "президент України Володимир Зеленський має вибачитися за розв'язану війну в Україні". Проте деякі представники CF2R були помічені у виступах на російському міжнародному медіа RT, і навіть через місяць після повномасштабної війни Росії проти України один з представників Центру, Крістоф Гомар, звільнився і публічно відмовився підтримувати агресора і Путіна [56].

Однією з потенційно найбільших загроз інформаційній безпеці України є третя група спікерів, які, хоча і складають менше 20% від загальної кількості виявлених коментаторів з публічною діяльністю (ЦПД), але мають значний вплив. Серед них можна виділити депутатів Європарламенту та міжнародних журналістів.

Ця група осуджує російську агресію, але намагається переконати Україну вести перемовини та фіксувати окуповані території. Вони також виступають проти постачання озброєння Україні та стверджують, що "світ провокує Путіна на ядерну війну". Серед їхніх тверджень варто відзначити такі:

- "Україна переживає конфлікт між Росією та Вашингтоном."
- "Україна втягнута в конфлікт."
- "Учасники конфлікту мають сідати за стіл перемовин."

До цієї групи відносяться депутати Європарламенту, такі як Франческо Донато, Тьєрі Маріані, Клер Дейлі, Жан-Лін Лакапель, а також журналісти, зокрема німецький колумніст Крістоф Шильц [56].

Зауважимо, що деякі з цих осіб відомі своєю об'єктивністю і незалежністю, і зв'язок чи афілійованість їхніх позицій з Російською Федерацією може бути неочевидним для багатьох читачів та глядачів. Проте інформаційна діяльність, що розповсюджується цією групою, може створювати певний вплив на громадську думку за кордоном і в подальшому впливати на політичні рішення.

Центр протидії дезінформації при Раді національної безпеки та оборони активно відстежує та аналізує меседж-бокси та наративи, які поширюють ці

спікери, і закликає медіаспільноту сприймати їх в контексті інформаційної війни, в яку країна-агресор інвестує великі ресурси.

З 19 грудня 2022 року по 22 лютого 2023 року аналітики з компаній LetsData і «Детектора медіа» проводили аналіз тижневих звітів щодо публікацій, які стосувалися України, у медіа 36 країн з різних континентів, включаючи Європу, Азію, Африку та Південну Америку. Для кожної країни і континенту аналізувались інформаційні матеріали, в яких згадувалася Україна. Використовувалися інструменти машинного навчання та обробки даних для класифікації матеріалів за ключовими темами, настроєм повідомлень та цитуванням російських медіа [56].

"Детектор медіа" використовував дані від компанії LetsData, яка об'єднала різні джерела інформації щодо публікацій в медіа, такі як Opoint, GoParigon, similarweb і інші. За кожною країною аналіз проводився для всіх публікацій, пов'язаних з Україною. Однак у випадках, коли в конкретній країні було невелика кількість повідомлень про Україну, використовувалася повна вибірка матеріалів. У інших випадках обсяг вибірки зменшувався до 60% тематичних новин. При цьому в аналіз не включалися матеріали з агрегаторів новин, оскільки вони є вторинними джерелами і часто повторюють інформацію, яка вже була в інших медіа, включених до бази LetsData.

Представлено результати аналізу негативних повідомлень про Україну, опублікованих у 2,7 тисячах найпопулярніших медіа 11 країн Азії, Африки і Південної Америки. Вибірка країн Азії включала Індію, Індонезію, Казахстан і Туреччину. Серед країн Африки аналіз проводився на основі публікацій з Гани, Єгипту, Кенії, Нігерії та Південної Африки. З Південної Америки вибірка включала Бразилію і Аргентину [56].

У різних країнах регіону виявлено різні характеристики токсичних повідомлень та дискусій щодо України:

1. Аргентина: Медіа в Аргентині відзначаються жорсткою антинаатовською позицією, що відображається в їхніх матеріалах. Токсичні повідомлення в цій країні зазвичай побудовані на антинаатовській логіці,

спрямовані на нав'язування ідеї, що Україна є маріонеткою Заходу, яка не бажає миру. Також пропагується ідея, що війна зближує Китай та Росію, тоді як НАТО залишається окремим гравцем.

2. Бразилія: В Бразилії оголошено нейтральну позицію, і президент Лула да Сілва висунув власний "мирний план", що активно обговорюється у бразильських медіа. Зазвичай токсичні повідомлення в Бразилії побудовані на ідеї, що Україна не докладаеть достатніх зусиль для досягнення миру.

3. Гана: В медіапросторі Гани російські наративи найчастіше потрапляють у вигляді цитат російських чиновників, і вони використовуються ситуативно.

4. Єгипет: У Єгипті проросійський дискурс у медіа потужніший, ніж проукраїнський. Російські позиції висвітлюються через цитування російських чиновників, які намагаються підкреслити стабільність підсанкційної економіки та успіхи російської армії.

5. Індія: Медіа Індії підтримують нейтральну позицію стосовно війни в Україні і намагаються зберегти добрі відносини з Заходом, а також виправдовувати економічну співпрацю з Росією. Це пов'язано з енергетичною залежністю від Росії та спробою не долучатися до антиросійських санкцій, зберігаючи стосунки з Заходом.

6. Індонезія: У медіапросторі Індонезії панує нейтральна позиція стосовно України, але спостерігаються дискусії щодо збільшення допомоги Україні. Президент Джоко Відодо відвідав Україну, що стало важливою темою для місцевих медіа.

7. Казахстан: В Україні спостерігається неоднозначний медійний дискурс, включаючи російські, проукраїнські і нейтральні меседжі. Часто в матеріалах є посилання на російські джерела, цитування російських пропагандистів та антизахідні повідомлення.

8. Кенія: У медіапросторі Кенії помітний високий рівень цитування російських посадовців, але більшість медіа намагаються збалансувати думки

та спростувати російські заяви, представляючи позицію України та заходів [56].

Загалом, різні країни регіону мають власні особливості у висвітленні української тематики, і токсичні повідомлення можуть варіюватися в залежності від їхнього геополітичного становища та інтересів.

Президент Росії, Володимир Путін, разом з російською пропагандою намагається представити агресивну війну Росії проти України як "спеціальну військову операцію на Донбасі" з обґрунтуванням цієї операції як "демлітаризації та денацифікації України". Основною темою проросійської пропаганди є незаслужене звинувачення української влади та її союзників у неонацизмі [56].

У реальності в Україні не існує ознак нацизму, такі як територіальні амбіції, спонсорований державою тероризм, расизм, антисемітизм, фанатизм, диктатура, пропаганда агресивної війни та імперські амбіції. Україна прийняла закони, що засуджують комунізм і нацизм, а також забороняють пропаганду їх символіки. Президентом України є російськомовний єврей Володимир Зеленський, а не ультраправий націоналіст.

У світовій спільноті велика кількість визнаних політичних лідерів та дослідників нацизму та геноциду виступили проти звинувачень Росії щодо України в нацизмі. Протести проти війни в Росії не отримали адекватного висвітлення у провладних ЗМІ, а поліція затримала багато учасників протестів.

Російські заклади освіти і медіа розповсюджують пропаганду, спрямовану на виправдання війни Росії проти України перед дітьми. Також спостерігається переписування історичних підручників в Росії, в результаті чого вилучаються згадки про Україну та Київ [56].

Основні прийоми російської пропаганди включають в себе використання напівправди або "дипломатичної риторики" для спотворення фактів та створення специфічного контексту. Нижче наведено приклади таких прийомів та їх спростування:

1. Напівправда чи "дипломатична риторика":

Приклад 1: Заява, що Disney призупинила поставку своїх фільмів в російські кінотеатри, вказує на причину - "неспровоковане вторгнення в Україну та трагічну гуманітарну кризу". Однак у ЗМІ була надана загальна інформація без згадування конкретної причини.

Спростування: У даному випадку Disney чітко зазначила причину скасування прокату у Росії - вторгнення в Україну. ЗМІ обманливо уникнули зазначення цієї причини [57].

Приклад 2: Заява компанії Apple про "конфлікт Росії і України" в офіційному зверненні використовує слово "invasion" (вторгнення), але російський переклад використовує більш дипломатичне слово "конфлікт".

Спростування: Два різні переклади слів створюють різний контекст. Заява Apple використовує термін "invasion" і означає вторгнення Росії на Україну.

2. Спотворення та перекручення фактів:

Приклад 1: Сенатор вносить пропозицію посилити відповідальність за "пропаганду війни". Але заклики під хештегом #нетвойне розцінюються як "пропаганда війни" і загрожується посиленням покарань за їх використання. Російський уряд відмовляється визнавати відкриту війну, називаючи дії РФ в Україні "спецоперацією" [57].

Спростування: У цьому прикладі спотворюється сутність справи. Заклики проти війни не є "пропагандою війни", і Російська Федерація здійснює вторгнення в Україну.

Приклад 2: Звіти про обстріли з боку ВСУ у ЛНР. Так як російські ЗМІ не визнають війну, вони не описують дії українських солдат як оборонні.

Спростування: Факти про обстріли повинні бути відображені відповідно до сутності конфлікту, а не вигадувати фіктивний контекст [57].

Приклад 3: УВКПЧ ООН закликає припинити напади на росіян за кордоном через ситуацію на Україні. Проте це виголошення російського спікера використовується для створення іншого контексту - нібито обстрілюють виключно російське населення.

Спростування: Заклики ООН стосуються нападів на росіян і російський уряд повинен припинити воєнні дії на території України.

Приклад 4: Росія припиняє поставки ракетних двигунів в США, але спотворенням фактів є твердження, що Америка відмовилася від російських космічних розробок через санкції за початок війни та геноцид українського народу.

Спростування: Справжня причина полягає у відмові від російських ракетних двигунів через санкції та рішення США [57].

Приклад 5: Радіостанція "Эхо Москвы" закрита через опозиційні висловлювання щодо російського уряду, але уряд РФ назвав це "фейками", що ліквідували незалежні ЗМІ в Росії.

Спростування: Закриття радіостанції пов'язане з опозиційними висловлюваннями та репресіями проти свободи слова.

Приклад 6: Пожежа біля Запорізької АЕС названа "диверсією та провокацією збройних сил України", хоча фактично пожежа виникла в результаті обстрілу станції російськими танками.

Спростування: Факти показують, що пожежа виникла через обстріл станції з боку РФ [57].

Російська пропаганда використовує спотворення та перекручення фактів, щоб створити бажаний контекст та образ ситуації. Перевіряти факти та знаходити достовірні джерела є важливим для розуміння справжнього стану речей.

3. Брехня:

Приклад 1: Шойгу стверджує, що російська армія зберігає життя мирних жителів, але факти свідчать про обстріли мирних об'єктів, таких як площа Свободи в Харкові.

Спростування: Факти доводять, що російська армія використовує силу проти мирних жителів.

Приклад 2: Лавров обвинувачує Захід у планах на ядерну війну, але це вигадана історія, призначена для розпалювання ненависті [57].

Спростування: Немає об'єктивних доказів планів на ядерну війну.

Приклад 3: Заява про від'їзд Зеленського в Польщу є брехнею, спрямованою на створення паніки та демонізацію українського президента.

Спростування: Зеленський залишається в Україні та продовжує вести дії щодо захисту країни.

Приклад 4: Висловлення "очевидця" про українське обстрілювання Маріуполя є брехнею, яка намагається винести відповідальність з боку Росії.

Спростування: Російські війська блокують створення "зеленого коридору" та заважають евакуації мирних жителів.

Приклад 5: Повідомлення про українську ракету, що потрапила в житловий будинок в Києві, є брехнею, яка намагається винести відповідальність з боку Росії [57].

Спростування: Розслідування показує, що це не могла бути українська ракета, а вчинили цей обстріл російські війська.

Брехня є поширеним прийомом російської пропаганди. Ця тактика використовується для створення фіктивних образів подій та відведення відповідальності від дій Росії. Розслідування і фактчекінг є важливими інструментами для виявлення правдивих обставин подій.

Медіадипломатія може відіграти значущу роль в міждержавних переговорах, впливаючи на становище учасників і на відкритість для компромісів. В контексті українсько-російського конфлікту після 24 лютого 2022 року, медіа використовувалися для створення оптимальних умов для діалогу або, навпаки, для посилення становищ своїх країн перед вступом у переговори.

Наприклад, Україна активно висвітлювала агресію з боку Росії в медіа, намагаючись привернути світову увагу до порушення міжнародного права. Це, в свою чергу, підвищило тиск на Росію і створило умови для залучення міжнародних медіаторів, як-то ОБСЄ та ООН [57].

Російська сторона, зокрема, займалася виробництвом контенту, спрямованого на показ "інших сторін" конфлікту. Це включало в себе заяви

про "незаконні дії українських військ" та обговорення "російських миротворчих зусиль". Така стратегія відкривала двері для можливого політичного компромісу, який би вигідно відображався на Росії на міжнародній арені.

Ці приклади показують, як медіадипломатія може фактично змінювати умови міждержавних переговорів. Вона може служити як інструмент для підготовки ґрунту перед переговорами, так і для мобілізації міжнародної підтримки, або навіть для впливу на внутрішньополітичну ситуацію в країні-партнері. Особливо важливо це у ситуаціях конфлікту, де ставки великі, а кожна дія в медіапросторі може мати довгострокові наслідки.

РОЗДІЛ III

АНАЛІЗ КОНКРЕТНИХ ВИПАДКІВ ВИКОРИСТАННЯ МЕДІАДИПЛОМАТІЇ

3.1. Анексія Криму: роль медіадипломатії в формуванні зовнішньополітичних рішень

Анексія Криму Росією є насильницькою та протиправною дією, яка включала у себе тимчасове відторгнення більшої частини Кримського півострова від України та незаконне включення цих територій до складу Російської Федерації під псевдонімами "Республіка Крим" та "місто федерального значення Севастополь". Ця анексія була проведена Російською Федерацією в березні 2014 року після окупації Криму російськими військами.

Перед анексією Криму в лютому-березні 2014 року спостерігалися організовані антиукраїнські акції та виступи на півострові, які попередили окупацію. Російські війська, незрозпізнавально відзначені, були перекинуті з Росії на Крим, а також було створено збройні формування, які заявляли про себе як "самооборона Криму". Все це призвело до окупації Криму Росією.

Референдум, проведений 16 березня 2014 року на Криму, був визнаний багатьма країнами і міжнародними організаціями як незаконним та піддавався фальсифікаціям. Результати голосування та рівень явки були сильно спростовані, і фактично цей "референдум" був проведений за настановою Росії з метою включення Криму до свого складу [16].

Ця анексія Криму не визнається Україною, багатьма країнами, міжнародними організаціями, і не була визнана Генеральною Асамблеєю ООН та іншими. За законодавством України, територія Криму вважається тимчасово окупованою. Світова спільнота продовжує підтримувати територіальну цілісність України та осуджувати анексію Криму Росією [58].

Після початку окупації та анексії Криму та опору України військовій агресії Російської Федерації на території Донецької і Луганської областей, Росія прийняла стратегію тотальної військової дезінформаційної агресії, з метою демонізації керівництва України перед російським і світовим суспільством.

Початковим проявом цієї інформаційної війни стала спроба представити події в Україні як антиконституційний переворот. Російські ЗМІ та політичні лідери спеціально спотворювали положення Конституції України, яка передбачає, що влада належить народу і виражається через обраних представників. Також ігнорувалася той факт, що світова спільнота і Росія визнавали легітимність діючого уряду України до та після Революції гідності [25].

Ще однією зі спроб була твердження про антиконституційний спосіб звільнення Віктора Януковича з посади президента та призначення Олександра Турчинова на його місце. При цьому російські джерела не враховували, що право інтерпретації Конституції України належить Конституційному суду України, який не визнавав антиконституційних дій у призначенні виконувача обов'язків президента [58].

У ніч з 20 на 21 лютого 2014 року під Корсунь-Шевченківським на Черкащині сталася подія, коли учасники Євромайдану та місцеві мешканці зупинили автобусну колону антимайданівців. Вони вивели антимайданівців з автобусів, пошкодили автомобілі та спалили декілька з них. Російські ЗМІ придумали історію про сім осіб, які, як вони стверджували, загинули під час цих сутичок. Однак насправді не було жодних загиблих або зниклих безвісти в цьому інциденті. Навпаки, з автобусів були визволені три активісти Майдану, які були заручниками антимайданівців. Ця подія стала приводом для військової операції Росії в Криму, а потім була використана у російському фільмі "Крым. Путь на родину", який видається документальним, але фактично є пропагандистським [58].

2 березня 2014 року російські ЗМІ поширили репортаж про стрільбу, яку, за їхніми твердженнями, вчинили українські диверсанти на натовп і біля Будинку Профспілок поруч із Кримським Кабміном у Сімферополі. Диверсанти були в масках та взяли на озброєння сучасну російську зброю, включаючи гранатомет ГМ-94. Проте "жертви" цього нападу не зазнали жодних поранень [58].

19 березня 2014 року російські ЗМІ поширили інформацію про затримання 17-річного львів'янина-снайпера, який, їхніми словами, стріляв в Сімферополі і призвів до загибелі військовослужбовця ЗСУ і російського найманця. Інформація про цього 17-річного снайпера не була підтверджена пізніше, але Ігор Гіркін, один з російських командирів, зізнався, що його підрозділ нестиг з відповідальністю за стрілянину [16].

Після анексії Криму в 2014 році, Україна пускає в хід цілеспрямовану медіадипломатичну кампанію для забезпечення підтримки на міжнародній арені. Зусилля це зосереджуються на розповсюдженні точної інформації про події, мобілізації міжнародної громадської думки і створенні коаліцій з партнерськими країнами [58].

У цьому контексті важливим стає використання соціальних мереж, таких як Twitter та Facebook, для прямого звернення до міжнародної аудиторії. Наприклад, Міністерство закордонних справ України активно використовує Twitter для поширення даних про ситуацію в Криму, включаючи злочини проти людяності та порушення прав людини.

Не можна забути про активну роль українських журналістів та незалежних медіа, які працюють з міжнародними партнерами, включаючи великі засоби масової інформації як BBC та CNN, для забезпечення покриття подій в Криму. Це не тільки привертає увагу до ситуації, але й виступає контрвагою російським пропагандистським кампаніям [16].

Також українська діаспора за кордоном відіграє ключову роль в організації протестів, зустрічей, та інших заходів, які зосереджують увагу на українському питанні. Це, у свою чергу, забезпечує додатковий тиск на

міжнародні організації та уряди з метою прийняття зовнішньополітичних рішень на користь України.

Таблиця 3.1

Роль медіадипломатії в формуванні зовнішньополітичних рішень

Параметри	Російська Федерація	Україна	Міжнародні актори
Ключові медіа-засоби	RT, Sputnik	Укрінформ, Hromadske	CNN, BBC, Al-Jazeera
Основні послання	"Повернення Криму", "Захист російськомовних"	"Територіальна цілісність", "Незаконна анексія"	"Незаконна анексія", "Порушення міжнародного права"
Дипломатичні зусилля	Легітимізація через вето в ООН, двосторонні зустрічі	Апеляції до ООН, ЄС, G7	Санкції, резолюції ООН, дипломатичний тиск
Вплив на зовнішньополітичні рішення	Поділ міжнародної спільноти, змішаний успіх	Збільшення міжнародної підтримки, введення санкцій	Перегляд відносин з Росією, посилення санкцій

Джерело [створено автором]

Складність ситуації в Криму змушує Україну не просто реагувати, але і адаптувати свої медіадипломатичні методики. Це включає в себе не тільки традиційні ЗМІ та соціальні медіа, але й тактики "гібридної війни", які можуть включати в себе все від кібероперацій до психологічних операцій.

Медіадипломатія України зіграла значущу роль в установленні та підтримці міжнародних відносин, особливо в контексті війни з Росією і анексії Криму. Взаємодія з міжнародними акторами через дипломатичні та медійні канали змушує останніх переосмислювати свої зовнішньополітичні рішення, включаючи введення санкцій, прийняття міжнародних резолюцій та коригування дипломатичних відносин [45].

За допомогою вдалої медіадипломатії, Україна змогла привернути увагу ООН до прав порушень в Криму та на сході України. Одним з яскравих прикладів є ухвалення Генеральною Асамблеєю ООН резолюцій, які осуджують Російську Федерацію за порушення міжнародного права. Це було результатом зосередженого просування питань через медіа та дипломатичні канали, включаючи виступи українських представників на високих міжнародних форумах.

Що стосується Європейського Союзу, українська медіадипломатія активно використовує засоби масової інформації та соціальні мережі для формування публічної думки в Європі. В результаті, багато країн-членів ЄС підтримали ряд санкцій проти Росії. Наприклад, після звернень через медіа, декілька європейських країн публічно висловили свою підтримку Україні і засудили дії Росії [48].

Сполучені Штати також є ключовим міжнародним актором, інтеракція з яким здійснюється через медіадипломатію. Слід зазначити, що постійні контакти та обмін інформацією з американськими офіційними представниками, а також активна робота в соціальних мережах, привели до того, що США ввели додаткові санкції проти Росії, зокрема, в оборонному секторі.

Медіадипломатія стала одним з головних інструментів впливу на зовнішньополітичні рішення в контексті конфлікту між Україною і Росією. Санкції, міжнародні резолюції, та зміна дипломатичних відносин часто виходять на перший план через вплив медіа [3].

Зокрема, Україна з успіхом використовувала медіадипломатію для підтримки санкцій проти Росії в рамках ООН і ЄС. Презентації доказів порушень прав людини, включаючи фотографії та відеоматеріали, активно розповсюджувались у медіа та використовувались у міжнародних форумах для підтвердження необхідності таких санкцій.

Росія, з свого боку, теж активно використовує медіадипломатію, але з різним ступенем успіху. Москва застосовує арсенал пропагандистських технік

для дискредитації України та її західних партнерів. Однак, попри широкий охоплення, ця стратегія не завжди є ефективною, особливо в контексті західних демократій, де критичне мислення та доступ до різноманітних джерел інформації ускладнюють маніпулятивні зусилля.

Оцінка ефективності медіадипломатичних заходів може бути зроблена на основі їх конкретних результатів. У випадку України, вдалими можна вважати ті заходи, які привели до підтримки санкцій проти Росії, а також до прийняття міжнародних резолюцій, які підтверджують суверенітет України над Кримом.

Водночас, Росія спробувала використовувати медіадипломатію для обходу санкцій, позиціонуючи себе як жертву політичної відьмолови, але ці спроби не завжди були успішними, особливо на заході, де довіра до російських медійних ресурсів є низькою [55, с.48].

Отже, медіадипломатія виявляється потужним інструментом, який може як підсилити, так і зірвати зусилля держав в області зовнішньої політики. Успіх чи невдача таких заходів часто залежать від контексту, в якому вони застосовуються, та від вміння правильно використовувати доступні медійні платформи для досягнення політичних цілей.

3.2. Військовий конфлікт на Донбасі: медіадипломатія як інструмент ведення "гібридної війни"

Війна на сході України, також відома як конфлікт на Донбасі, є результатом російсько-українського конфлікту, який розпочався у квітні 2014 року. Цей конфлікт виник після анексії Російською Федерацією Криму та виникнення проросійських рухів в Україні, а також проголошення "державних суверенітетів" на Донбасі відокремленими областями, такими як Донецька та Луганська народні республіки (ДНР і ЛНР). Цей конфлікт має міжнародний характер.

Незважаючи на багато доказів участі Збройних сил Російської Федерації та причетності Росії до війни, офіційно Росія не визнала свого вторгнення в

Україну. Таким чином, з боку України до 24 лютого 2022 року цей конфлікт був офіційно визнаним як неоголошена війна. Деякі українські політики називали цей конфлікт "гібридною війною" Росії проти України.

Юридично на сході України до 24 лютого 2022 року діяла антитерористична операція (2014-2018) та операція Об'єднаних Сил. Російська влада неодноразово відкидала характеристику цих дій як антитерористичних і вимагала їх припинення, а також початку переговорів з так званими бойовиками.

Гібридна війна — це термін, що описує сучасні військові конфлікти, де використовуються як звичайні військові дії, так і невійськові засоби, такі як пропаганда, дезінформація, кібератаки і економічний тиск. Донбас став однією з ключових арен, де цей тип конфлікту набув особливої актуальності після 2014 року [16].

У контексті Донбасу гібридні тактики проявлялися через поєднання відкритих військових дій із завуальованими. Наприклад, незрозумілі "зелені чоловічки" в Криму та на Донбасі були прикладом тактики "змішаної війни", коли відсутність офіційних позначок дозволяла заперечувати пряме військове втручання. Це створювало важкість для України та її союзників у визначенні агресора та реагуванні на агресію відповідно до міжнародного права.

Але, можливо, найбільший вплив у цьому конфлікті зробила медіадипломатія, яка постійно працювала на обох сторонах. Інформаційна війна велася на різних платформах і включала не лише традиційні ЗМІ, але і соціальні мережі, де інформаційні кампанії намагалися формувати публічну думку.

Питання про Донбас та її майбутнє часто обговорювалися на найвищому рівні в ООН, ЄС та інших міжнародних організаціях, зокрема завдяки великій кількості медіа-робіт, створених з обох сторін. Це було особливо помітно під час голосувань за міжнародні резолюції та ініціативи санкцій [48].

Медіадипломатія відіграє ключову роль в формуванні наративів конфлікту на Донбасі, що, у свою чергу, може суттєво вплинути на публічну

думку національно та міжнародно. Основним інструментом тут є ЗМІ, які не просто інформують громадськість, але і формують її відношення до ключових питань конфлікту.

Спростуємо це на прикладі. Українська сторона активно використовує медіа для демонстрації злочинів проти людяності, які вчиняються в зоні конфлікту. Документальні фільми, репортажі з лінії фронту і інтерв'ю з жителями прифронтових зон підкреслюють негуманні умови життя та відсутність базових прав людини.

З іншого боку, російська сторона застосовує власні методики медіадипломатії, часто використовуючи терміни як "русофобія" або "недопустимість втручання в внутрішні справи суверенної держави". ЗМІ, лояльні Кремлю, поширюють наративи, що виправдовують або мінімізують дії Росії на Донбасі, заявляючи, наприклад, що там діють "добровольці" або "місцеві ополченці", а не російські війська [48].

Тактика обох сторін включає в себе роботу не тільки з традиційними ЗМІ, але і з соціальними мережами, де активно ведуться інформаційні кампанії. Наприклад, під час ключових подій в конфлікті обидві сторони використовують тактики, що залучають широку аудиторію до обговорення, такі як хештеги або "вірусні" відео.

Українські джерела інформації зазначають кілька випадків, коли Росія розповсюджувала фальшиві відео та інформацію, спрямовану на дискредитацію України. Ось декілька прикладів:

У липні 2015 року російські ЗМІ поширили інформацію про те, що під час розкопок під Луганським аеропортом був знайдений склад американської зброї, але пізніше виявилось, що це був фейк - макет зброї зі змістом з відеогри Battlefield 3.

У січні 2016 року, перед голландським референдумом щодо угоди про асоціацію між Україною та ЄС, російські джерела опублікували відео, де нібито бійці «Азову» сплячуть прапор Нідерландів. Це відео виявили як російську підробку.

У грудні 2016 року російські спікери організації «ДНР» та угруповання «КіберБеркут» намагалися звинуватити Україну у підтримці бойовиків організації ІДІЛ, але матеріали, які вони представили, були виявлені як підробку [49].

У липні 2018 року було поширено відео, на якому нібито спецпідрозділ СБУ бере штурмом базу українських добровольців. Але це відео також було викрите як фальшиве - уніформа та обладнання на ньому не відповідали реальним стандартам СБУ.

У серпні 2018 року на невідомому YouTube-каналі було опубліковано відео, яке зображувало жорстке затримання людини на українському контрольно-пропускному пункті. Однак це відео також було виявлено як фальшиве, оскільки не відповідало реальним умовам на українських КПП.

В контексті "гібридної війни", медіадипломатія зазнає значущих трансформацій та адаптацій. Тут не можна обійтися без обговорення ролі дезінформації, пропаганди, кібератак на медійні ресурси, а також мобілізації через соціальні мережі [49].

Наприклад, в період найвищої напруги в конфлікті на Донбасі, були численні випадки кібератак на українські новинні веб-сайти, намагань блокувати їх роботу або розміщувати фейкові новини. Це створює атмосферу нестабільності та підірвує довіру до офіційних інформаційних каналів.

В сфері дезінформації та пропаганди важливо відзначити тактику "тролінгу" в соціальних мережах. Профілі, що створюються з метою поширення дезінформації, активно коментують події, роблять пости та створюють хештеги з метою формування певного нарративу, який сприятливий одній із сторін конфлікту. Важливим є факт, що така активність часто організована та спланована, іноді з прямим фінансуванням або координацією з офіційними структурами.

В іншому аспекті, соціальні мережі використовуються для мобілізації громадської підтримки. Зокрема, в Україні популярні онлайн-платформи для збору коштів на потреби армії, для медичної допомоги пораненим чи для

гуманітарної підтримки мешканців прифронтових зон. Ці платформи активно просуваються в соціальних мережах і знаходять велику підтримку серед користувачів [56].

Всі ці елементи разом створюють специфічний медійний ландшафт, в якому традиційні методи дипломатії та комунікації переплітаються з новими формами ведення "війни в інформаційному просторі". Це робить медіадипломатію не просто додатковим інструментом, а часто ключовою складовою в розв'язанні гібридних конфліктів.

Реакція міжнародної спільноти на військовий конфлікт на Донбасі в Україні часто виявляється через використання медіадипломатії. Декілька країн та міжнародні організації активно використовують медіа-платформи для формування думки, намагаючись вплинути на ситуацію.

При цьому ООН часто стає майданчиком для висвітлення проблеми. Спеціальні засідання Ради Безпеки ООН, де обговорюється ситуація на Донбасі, зазвичай активно освітлюються в медіа. Однак, часто ці матеріали формуються так, щоб підтримувати позицію конкретних держав-членів Ради Безпеки.

Європейський Союз в свою чергу активно використовує свої медійні ресурси для того, щоб підтримати Україну та закликати до вирішення конфлікту мирним шляхом. Сюди можна віднести і спеціальні прес-конференції лідерів ЄС, і заяви, які публікуються на офіційних сайтах організації [52].

Важливо відзначити, що Сполучені Штати часто використовують свою медійну вагу для донесення своїх позицій до міжнародної аудиторії. Засоби масової інформації, такі як CNN, часто публікують репортажі з регіону, інтерв'ю з американськими дипломатами, аналітичні матеріали, які розкривають позицію США.

Спільно, ці зусилля формують ситуацію, в якій медіадипломатія стає не лише засобом передачі інформації, а інструментом впливу на міжнародну політику. Однак ефективність такого впливу залежить від багатьох факторів:

від спроможності країн та організацій координувати свої дії, від реакції громадськості, а також від готовності сторін конфлікту ідти на компроміси.

Аналіз успіхів та невдач в медіадипломатії на Донбасі важливий для розуміння того, як вона впливає на динаміку конфлікту. З одного боку, ефективність медіадипломатії видно в тому, як окремі держави та організації змінили свою зовнішньополітичну позицію з часом. Наприклад, введення санкцій проти Росії з боку ЄС та США було частково зумовлено ефективною медіадипломатичною кампанією, яка показала наслідки російської агресії для цивільних [7].

З іншого боку, є і невдачі, як-то нездатність змінити російський наратив в середовищі, що підтримується Кремлем. Російські медіа часто використовують терміни типу "внутрішній конфлікт" чи "громадянська війна", що спростовують факт військової агресії.

Щодо впливу на динаміку конфлікту, медіадипломатія має свої обмеження. Вона може вплинути на зовнішньополітичні рішення, але не завжди здатна змінити сам хід конфлікту на місці. Для цього потрібні інші дипломатичні та військові заходи.

Висновки можна зробити такі: медіадипломатія є важливим, але не вирішальним інструментом в гібридній війні на Донбасі. Для подальшої ефективності потрібно більше фокусуватися на координації міжнародних зусиль та створенні єдиної стратегії. Крім того, медіа повинні залишатися незалежними та об'єктивними, щоб не стати інструментом пропаганди. Збереження високих стандартів журналістики є ключовим для забезпечення довіри до медіадипломатичних ініціатив.

3.3. Міжнародні санкції проти Росії: роль медіадипломатії в легітимації та підміні санкцій

Починаючи з 24 лютого 2022 року, коли Російська Федерація розпочала неспровоковану повномасштабну збройну агресію проти України, Україна та її міжнародні союзники прийняли ряд санкційних заходів відносно РФ.

На сьогоднішній день Росія стала країною з найбільшою кількістю санкцій у світі, і саме санкції стали найефективнішим інструментом впливу цивілізованого світу на агресора.

Один з важливих аспектів роботи Міністерства закордонних справ України щодо санкцій - це співпраця з керівництвом держав-членів ЄС, США, Великої Британії, Канади, Швейцарії, Австралії, Японії, Нової Зеландії та багатьма іншими країнами-партнерами [54, с.10].

Медіадипломатія, яка включає в себе взаємозв'язок між ЗМІ, державами та міжнародними акторами, відіграє ключову роль у легітимації міжнародних санкцій. Це особливо актуально у випадку санкцій проти Росії, зокрема у зв'язку з анексією Криму і подіями на Донбасі.

Обґрунтування необхідності санкцій часто ініціюється через медійні канали. Наприклад, опубліковані докази втручання Росії в українські внутрішні справи, такі як аудіозаписи, фотографії або відео, можуть допомогти зміцнити аргументацію на користь введення або підтримки санкцій. Ці матеріали можуть бути широко розповсюджені через ЗМІ і соціальні мережі, що дозволяє швидко і ефективно донести інформацію до широкої аудиторії, включаючи ключових міжнародних рішенняльників.

Важливо відзначити, що медіадипломатія не завжди є неупередженою. Є приклади медійних кампаній, які спрямовані на підтримку санкцій проти Росії, де були використані тактики, що граничать з пропагандою. Це включає в себе емоційно завантажені образи або терміни, розраховані на виклик сильної емоційної реакції, щоб вплинути на публічну думку [54].

Медіа також можуть підсилити або зміцнити ефективність санкцій через взаємодію з політичними лідерами. Наприклад, великі міжнародні новинні агентства часто проводять інтерв'ю з політичними діячами, які підтримують

санкції, і ці інтерв'ю широко цитуються в інших медіа, створюючи ефект сніжної кульки.

В подальшому аналізі цього питання важливо розглядати як позитивні, так і негативні аспекти медіадипломатії. З одного боку, вона може допомогти легітимізувати дії, що відповідають міжнародному праву і сприяють глобальній стабільності. З іншого боку, потрібно бути обережним, щоб не допустити маніпуляцій і спотворень, які можуть поставити під сумнів правомірність та ефективність санкцій.

ЗМІ та соціальні мережі відіграють зростаючу роль у процесах легітимації міжнародних санкцій. Їх вплив на публічну думку неможливо переоцінити, особливо в контексті глобалізованого світу, де інформація шириться миттєво [6].

Часто ЗМІ та соціальні мережі використовуються для "м'якого впливу" — це тактика, яка допомагає формувати публічну думку на підтримку санкцій без прямого політичного тиску. Наприклад, публікація репортажів про порушення прав людини або міжнародного права може змінити публічну думку і додати ваги аргументам на користь санкцій.

У цьому контексті, техніки такі як "storytelling" стають особливо важливими. Через розповіді про конкретних людей, які постраждали від дій держави, проти якої вводяться санкції, можна глибше зрозуміти і почути обговорювану проблему. Це допомагає зробити абстрактні політичні питання більш "людськими", що, в свою чергу, може сприяти підтримці санкцій на публічному рівні.

Соціальні мережі дозволяють не просто розповсюджувати інформацію, але і організувати громадські рухи. Хештеги, онлайн-петиції і "віральні" відео можуть допомогти мобілізувати підтримку і навіть внести зміни на політичному рівні. При цьому важливо пам'ятати про ризики: швидке розповсюдження інформації може також призвести до швидкого розповсюдження дезінформації.

Тому важливо підходити до використання ЗМІ та соціальних мереж з відповідальністю. Ці платформи можуть служити інструментами демократії та правди, але також можуть бути використані для маніпуляцій і пропаганди. У зв'язку з цим, критичне мислення та медіаграмотність стають ключовими компетенціями не тільки для журналістів, але і для звичайних громадян, які є споживачами новин [37].

Росія активно використовує медіадипломатію як засіб підміни або уникнення санкцій. Це полягає в тому, щоб змінити образ Росії в очах світової громадськості або ж вплинути на думку конкретних політичних акторів. Часто це робиться через добре організовані медійні кампанії, аналітичні статті, інтерв'ю з ключовими персонами та активну роботу в соціальних мережах.

Наприклад, після введення санкцій у зв'язку з анексією Криму, були організовані численні "круглі столи" і телевізійні дебати, де представники Росії намагалися довести свою позицію. Основна мета була показати, що санкції не тільки неефективні, але і шкідливі для всіх сторін.

В іншому випадку, Росія зосереджує увагу на своїх "гуманітарних місіях", спрямованих на допомогу російським меншинам в інших країнах. Це робиться для того, щоб підкреслити "двозначність" і "несправедливість" санкцій, які нібито шкодять саме цим групам.

Таблиця 3.2

Способи використання медіадипломатії для підміни або обходу санкцій

Метод	Приклад	Короткий опис
Аналітичні статті	Опубліковані в "Російській газеті"	Спроби аргументувати неефективність санкцій
Телевізійні дебати	Програми на RT або Sputnik	Ведення діалогу з протилежною стороною з метою переконання
Соціальні мережі	Twitter, Facebook	Швидке розповсюдження позитивних для Росії новин

Гуманітарні проекти	Допомога російським меншинам	Демонстрація "несправедливості" санкцій
---------------------	------------------------------	---

Джерело: [створено автором]

Зрозуміло, що ефективність таких методів може бути різною і залежить від багатьох факторів, включаючи глобальний політичний клімат, ставлення ЗМІ і наявність протидії з боку інших країн. Проте їх вплив на формування зовнішньополітичних рішень не можна ігнорувати.

Треті країни та міжнародні організації часто використовують медіадипломатію як засіб для підтримки або опонування санкцій проти Росії. Вони організують прес-конференції, видають заяви, проводять кампанії в соціальних медіа і публікують аналітичні матеріали.

Наприклад, США та країни Європейського Союзу активно використовували свої медійні платформи для обґрунтування введення санкцій проти Росії після анексії Криму. Спеціалізовані агентства, такі як Radio Free Europe/Radio Liberty або Deutsche Welle, часто публікують матеріали, які підтримують позицію своїх країн.

З іншого боку, країни, які протистоять введенню санкцій, такі як Китай чи Індія, також використовують свої медійні ресурси для висвітлення альтернативного погляду на ситуацію. Вони можуть підкреслювати, наприклад, що санкції погіршують становище населення у конфліктних зонах або ж що санкції є контрпродуктивними в довгостроковій перспективі.

Таблиця 3.3

Роль третіх країн та міжнародних організацій в медіадипломатії

Актор	Позиція	Медійні платформи та засоби	Основні аргументи
США	Підтримка санкцій	Radio Free Europe, CNN, New York Times	Захист міжнародного права
Європейський Союз	Підтримка санкцій	Deutsche Welle, France 24, BBC	Стабільність та безпека в Європі

Китай	Проти санкцій	Xinhua, Global Times	Неприпустимість втручання
Індія	Проти санкцій	Hindustan Times, Times of India	Вплив на регіональну стабільність
ООН	Нейтральна	Офіційні прес-релізи, доповіді	Вирішення через діалог

Джерело: [створено автором]

Цей аналіз показує, що медіадипломатія відіграє важливу роль у формуванні міжнародної агенди стосовно санкцій. Різні актори використовують різні підходи та стратегії, але всі вони намагаються вплинути на публічну думку і, в кінцевому підсумку, на зовнішньополітичні рішення.

В контексті міжнародних санкцій, медіадипломатія виявилася потужним інструментом для впливу на публічну думку і формування зовнішньополітичних рішень. Вона не лише підтримує діалог між державами, але і служить платформою для формування інтерпретацій конфліктів, що, в свою чергу, може вплинути на характер та інтенсивність санкцій.

З одного боку, країни, які підтримують введення санкцій проти Росії, активно використовують медійні канали для легітимації цих рішень. Тут можна згадати масові інформаційні кампанії в США та ЄС, які зосереджуються на порушеннях міжнародного права Росією [9].

З іншого боку, Росія сама активно використовує медіадипломатію для підміни або уникнення санкцій. Засоби масової інформації, такі як RT, поширюють версії подій, що піддають сумніву необхідність санкцій, або ж показують їх неефективність.

Що стосується рекомендацій для подальших досліджень та практичних заходів, то тут варто звернути увагу на необхідність більш глибокого вивчення технік і методів медіадипломатії. Особливо цінним буде аналіз конкретних кейсів, де медіадипломатія призвела до зміни зовнішньополітичних рішень. Також потрібно розглядати можливість розвитку міжнародних норм і

стандартів у сфері медіадипломатії для запобігання дезінформації та маніпуляції публічною думкою.

У практичному плані, державам, які підтримують або опонують введенню санкцій, варто зосередитися на розробці стратегій для ефективного використання медіадипломатії. Тут може йти мова про створення спеціалізованих медіа-платформ, тренінги для дипломатів та журналістів, а також про активну роботу з громадськістю для підвищення рівня медіаграмотності.

ВИСНОВКИ

Медіадипломатія в російсько-українському конфлікті виявилася потужним інструментом, який значуще вплинув на зовнішньополітичні рішення обох країн, а також на міжнародну арену. Вона стала важливим каналом для формування публічної думки, впровадження санкцій, та навіть участі в міждержавних переговорах.

В рамках концептуальних основ медіадипломатії було виявлено, що цей феномен існує не лише на рівні офіційних декларацій, але й у просторі інформаційних платформ, що показує його глибоку інтеграцію в сучасну політику.

Медіадипломатія дозволила Україні залучити міжнародну увагу до незаконної анексії Криму, що сприяло формуванню санкцій проти Росії. З іншого боку, Росія використовує медіадипломатію для пропаганди своєї версії подій, спрямовуючи її як на внутрішній, так і на зовнішній аудиторії.

Відносно Донбасу, медіадипломатія стала частиною тактики "гібридної війни", де використовується не лише для формування публічної думки, але й для мобілізації ресурсів, рекрутингу та ведення інформаційних кампаній проти противника.

Міжнародні санкції проти Росії стали ще одним важливим аспектом, де медіадипломатія відіграла ключову роль. Завдяки активній роботі з міжнародними ЗМІ та соціальними мережами, було можливо забезпечити широку підтримку санкцій на міжнародному рівні.

Попри успіхи, існують і виклики, такі як відсутність єдиного інформаційного простору, розриви в інтерпретаціях та дезінформація, які знижують ефективність медіадипломатії.

В умовах російсько-українського конфлікту, медіадипломатія виявилася не лише ефективним каналом комунікації між урядами, але й потужним інструментом соціальної мобілізації та впливу на міжнародну політику.

Рекомендації для подальших дій включають розвиток єдиних комунікативних стратегій, збільшення прозорості та об'єктивності журналістики, і зміцнення міжнародної кооперації для протидії дезінформації та пропаганді.

З урахуванням вищезгаданих аспектів, можна стверджувати, що медіадипломатія є важливим, але не вирішальним інструментом у російсько-українському конфлікті, що вимагає комплексного підходу та міжнародної підтримки для досягнення сталого миру та безпеки в регіоні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Батюкова Н.О. Цифрова дипломатія як механізм забезпечення зовнішньополітичної комунікації. 2021. URL: <https://dspace.nau.edu.ua/handle/NAU/53967> (дата звернення: 10.09.2023)
2. Батюкова Н. Media diplomacy: history and prospects. Політ. Сучасні проблеми науки: зб. матеріалів Міжнар. наук-практ. конф. Київ : НАУ, 2021. С. 68-70.
3. 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.
4. Батюкова Н. Твіттер-дипломатія як основоположна стратегія зовнішньополітичного вектору Дональда Трампа. Формування сучасної науки: методика та практика: зб. студ. наук. конф. Кам'янецьПодільський, 2021. С. 88-90.
5. 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: 10.09.2023)
6. Булеха К. І. Жарких І. Ю. Цифрова дипломатія як елемент зовнішньополітичної діяльності держав. Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса. 2018. № 1. С. 9-12.
7. Бутиріна М. В. Комунікаційні чинники та функції цифрової дипломатії. Вісник Харківського національного університету імені ВН Каразіна. Серія «Соціальні комунікації». 2019. № 15. URL: <https://periodicals.karazin.ua/sc/article/view/15109> (дата звернення: 10.09.2023)

8. В МЗС створено новий напрям роботи – публічна дипломатія. МЗС України URL: <https://mfa.gov.ua/news/43433-v-mzs-stvoreno-novij-napryamrobotipublichna-diplomatija> (дата звернення: 10.09.2023)
9. Висоцький О.Ю. Електронна дипломатія як інструмент пропаганди // Політологічний вісник. – К.,2018. – Вип.81. – С. 51-59.
10. Висоцький О.Ю. Публічна дипломатія: конспект лекцій. Частина I. – Дніпро: СПД «Охотнік», 2020. – 56 с
11. Войтович Р. В. Вплив глобалізації на систему державного управління (теоретико-методологічний аналіз): Київ, 2017. 680 с.
12. Габер Є. Міжнародні відносини в епоху штучного інтелекту. Київ, 2017. С. 51
13. Гайдай Д. Twitter-політика, або революція у політичному процесі: вебресурс. URL: <http://obozrevatel.com/abroad/07924-twitter-politika-aborevoljutsia-v-politishnomu-protsesi.htm> (дата звернення: 10.09.2023)
14. Гуцал С. Публічна дипломатія як сучасний пріоритет зовнішньої політики держави. – №3 (16). – 2010. – С.106-112
15. Експерти радять МЗС збільшити присутність у соціальних мережах URL: https://www.unian.ua/society/739914-eksperti-radyat_mzs-zbilshitiprisutnist u-sotsialnih merejah.html (дата звернення: 10.09.2023)
16. 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: 10.09.2023)
17. Дурман О. Л. Онлайн-дипломатія як інструмент цифрової трансформації сучасних міжнародних відносин. Sciences of Europe. 2020. № 51. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/onlayn-diplomatiya-yak-instrument-tsifrovoyitransformatsiyi-suchasnih-mizhnarodnih-vidnosin> (дата звернення: 10.09.2023)

18. Іванова 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 (дата звернення: 10.09.2023)
19. Карпенко О. В., Куйбіда В. С. Інформаційно-комунікативна діяльність органів публічної влади: монографія: Київ, 2019. 358 с.
20. Кащишин Н.Є. Дипломатичний дискурс як вид інституційного дискурсу. Наукові записки. Серія. : Філологічні науки: Кропивницький, 2017. с. 232-235
21. Кононенко Ю. А., Літра Л. М. ТВИТЕР-ДИПЛОМАТИЯ ЯК новітні технології можуть посилити міжнародні позиції України? Policy Brief: веб-ресурс. URL: <http://neweurope.org.ua/wpcontent/uploads/2017/12/Tviter-dyplomatiya.-Yak-novitni-tehnologiyimozhut-posylyty-mizhнародni-pozitsiyi-Ukrayiny.pdf> (дата звернення: 10.09.2023)
22. Лашкіна М. Г. Нові підходи до комунікації в публічному просторі державного управління. Публічне управління. 2017. №1. С. 10-18.
23. Лисенко Ю. В. Публічна дипломатія як елемент формування позитивного іміджу сучасної держави. Стратегічні напрями зовнішньої політики Європейського Союзу. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції. Харків, 2019. С. 113-117.
24. 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.
25. Мицик Л. М. Новітні тенденції публічної і культурної дипломатії: навчально- методичний посібник. Ніжин: НДУ ім. М. Гоголя, 2023. 57 с.

26. Міністерство Закордонних Справ України в Соціальних Мережах: вебресурс. URL: <https://mfa.gov.ua/ua/page/open/id/4601> (дата звернення: 10.09.2023)
27. Міністерство інформаційної політики України: веб-ресурс. URL: <https://mip.gov.ua/> (дата звернення: 10.09.2023)
28. Най Дж. Якщо у сусідів України різне бачення політики, досить важко підібрати шлях, який зацікавить всіх. Інститут Світової політики: вебсайт. URL: <https://glavcom.ua/publications/113741-dzhozef-naj-jakshcho-u-84-susidivukrajini-rizne-bachennja-politiki-dosit-vazhko-pidibrati-shljah-jakijzatsikavit-vsih.html> (дата звернення: 10.09.2023)
29. 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.
30. Окладна М. Г. Роль цифрової дипломатії в сучасній зовнішній політиці держави. Право та інноваційне суспільство. 2020. №2. С. 13-17.
31. Пантелєєва Н.М. Інноваційна технологія блокчейн у системі управління державними фінансами. Науковий вісник Ужгородського університету, 2018. С. 363-369
32. Перебийніс Є. Роль та місце публічної дипломатії у забезпеченні національних інтересів держави. – 2013. – Вип. 14.– С. 915-925.
33. 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.
34. 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.
35. Пономаренко О. Дипломатія, трипломатія, твіпломатія: новітній канон дипломатичного дискурсу. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 2017. С.30-33

36. Пронченко О. С. Взаємодія ЗМІ і влади в контексті реалізації права громадян на інформацію : Київ, 2018. 16 с
37. Столяр Ю., Гірман А. Публічна дипломатія у сучасному цифровому суспільстві. Матеріали конференцій МЦНД, 2020. С. 125-126. URL: <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/mcnd/article/view/5725> (дата звернення: 10.09.2023)
38. Рибченко А. Впровадження технологій е-дипломатії: досвід ЄС, 2017. С. 296-304
39. Руднева В. Публічна дипломатія: теоретичні основи застосування нової інформаційно-комунікаційної технології в державному управлінні. Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. 2012. № 1. С. 147-153
40. Руднева В. Публічна дипломатія: теоретичні основи застосування нової інформаційно-комунікаційної технології в державному управлінні. Вісник Національної академії державного управління, 2018. С. 147- 153.
41. Сищук О. Удосконалення контенту веб-сайтів центральних органів виконавчої влади України. Вісник Книжкової палати. 2018. № 5. С.1-4.
42. Семененко К. А. Інформаційне забезпечення діяльності органів державного управління. Публічне управління XXI століття: форсайтінг успіху, 2016. С. 448-451.
43. Семотюк О. Політичний медіадискурс і медіатизація політики як концепти політичної комунікативістики. Людина. Комп'ютер. Комунікація: Львів, 2017. С. 144-147
44. Сегеда О. О. Цифрова дипломатія України як елемент нової публічної дипломатії / О. О. Сегеда. // "Політикус". – 2020. – С. 139–147
45. Степанов В. Ю. Цифрова дипломатія в інформаційному просторі. Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. 2020. № 3. С. 5-10

46. Твіттер-дипломатія: Український Case Study #SupportUkraine. Вокс Україна: веб-ресурс. URL: <https://voxukraine.org/twitter-diplomacysupportukraine/> (дата звернення: 10.09.2023)
47. 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
48. 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 (дата звернення: 10.09.2023)
49. Турчин Я. Електронна дипломатія як важлива складова зовнішньої політики держави. Інформація, комунікація, суспільство 2014: матеріали 3-ої Міжнародної наукової конференції ІКС-2014 (м. Львів, 21–24 травня 2014 року). Львів, Славське: Національний університет «Львівська політехніка», 2014. С. 104–105. URL: ena.lp.edu.ua:8080/handle/ntb/24747. (дата звернення: 10.09.2023)
50. У 2020 році СБУ нейтралізувала 600 кібератак і викрила 20 хакерських угруповань URL: <https://ssu.gov.ua/novyny/u-2020-rotsi-sbuneutralizovala-600-kiberatak-i-vykryla-20-khakerskykh-uhrupovan> (дата звернення: 10.09.2023)
51. Харечко І. Twitter-дипломатія: зарубіжний досвід для України. Вісник Львівського університету. Серія: філос.-політолог. студії. 2018. Випуск 7. С. 281-293
52. Черненко Т. В. Сучасний вимір публічної дипломатії в системі стратегічних комунікацій. Стратегічні пріоритети. 2016. № 4 (41). С. 64– 71.
53. Ціватий В. Публічна дипломатія: традиції, тренди та виклики (досвід і пріоритети для України). Зовнішні справи. 2014. С. 1-7
54. Федорова Г. Роль дипломатії під час воєнного стану. Науково-теоретичний альманах Грани. 2022. Том 25. №5. С. 10-17

55. Юнак А. Роль медіа дипломатії у зовнішньополітичних стратегіях України / А. Юнак // Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право. – 2013. – Випуск 3 (19). – С. 48-52.
56. Іноземці на службі кремлівської пропаганди: як влаштована система медіапідтримки війни росії проти України URL: <https://www.pravda.com.ua/columns/2022/07/29/7360891/> (дата звернення: 10.09.2023)
57. Як працює фашистська пропаганда російського уряду під час загарбницької війни росії проти України URL: <https://molfar.com/blog/propaganda-rosiyskogo-uryadu> (дата звернення: 10.09.2023)
58. Дезінформація під час російсько-української війни URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Дезінформація_під_час_російсько-української_війни#Інформаційна_політика_Росії (дата звернення: 10.09.2023)
59. Hocking B., Melissen J. Diplomacy in the Digital Age. Netherlands Institute of International Relations Clingendael. 2015. 58 p.
60. 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.
61. Shirky C. Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without Organizations. – New York: Penguin Press, 2008. – 54 p.