

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.

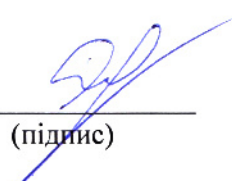
**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**  
ВИПУСКНИКА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ МАГІСТРА  
СПЕЦІАЛЬНОСТІ 291 «МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ,  
СУСПІЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ ТА РЕГІОНАЛЬНІ СТУДІЇ»  
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ  
«МІЖНАРОДНА ІНФОРМАЦІЯ»

**Тема: «ІНСТРУМЕНТИ ЦИФРОВОЇ ДИПЛОМАТІЇ У ПРИЙНЯТТІ  
ЗОВНІШНЬОПОЛІТИЧНИХ РІШЕНЬ»**

Виконавець: здобувач вищої освіти 2 курсу, 208 М групи, Ріпа-Мельник  
Ростислав

Керівник: кандидат історичних наук, доцент кафедри міжнародних відносин,  
інформації та регіональних студій Дерев'яно Ігор Петрович

Нормоконтролер

  
(підпис)

Ігор Дерев'яно

КИЇВ 2023

## ЗМІСТ

Вступ .....	3
Розділ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЦИФРОВОЇ ДИПЛОМАТІЇ .....	5
1.1. Теоретико-концептуальні підходи до визначення поняття «цифрова дипломатія» .....	5
1.2. Цілі, ознаки, функції цифрової дипломатії .....	11
Розділ 2. ПРОЦЕС ФОРМУВАННЯ ЗОВНІШНЬОПОЛІТИЧНОГО РІШЕННЯ.....	18
2.1. Механізми прийняття зовнішньополітичного рішення: інституційний та функціональний аспект .....	17
2.2. Етапи процесу прийняття зовнішньополітичного рішення.....	24
2.3. Інформаційний обмін у процесі підготовки зовнішньополітичного рішення.....	30
2.4. Особливості системи прийняття зовнішньополітичних рішень в Україні.....	37
Розділ 3. ЦИФРОВА ДИПЛОМАТІЯ ЯК ТЕХНОЛОГІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТ ДЕРЖАВИ.....	44
3.1. Специфічні риси використання соціальних мереж.....	44
3.2. Особливості Twitter-дипломатії.....	51
3.3. Особливості здійснення цифрової дипломатії України в умовах війни.....	58
ВИСНОВКИ.....	66
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	70
ДОДАТКИ.....	81

## ВСТУП

Науково-технологічний прогрес, що характеризується глобальною комп'ютеризацією суспільства, появою соціальних мереж та цифрових медіа, сприяв трансформації форм традиційної дипломатії. Як результат використання цифрових технологій та зростання ролі громадської думки в політичних процесах держав світу створило сприятливе підґрунтя для формування нової форми дипломатії, що передбачає цифровізацію зовнішніх відносин держав на міжнародному рівні та прийняттю рішень в дипломатичній галузі.

Цифрова революція ХХІ ст. супроводжувалася фундаментальними змінами в міжнародних переговорних процесах. Гібридність стирає різницю між «онлайн» дипломатичною діяльністю та «офлайн» дипломатією і переговорами. У свою чергу сайти соціальних мереж створили нову динаміку та відкрили безліч можливостей, які раніше були не можливими. Цифрову дипломатію необхідно розуміти та сприймати як інструмент комунікації та інформації, що стосується зовнішньої служби і який необхідно регулярно та всебічно оновлювати відповідно до нових технологій.

Важливість цифрової дипломатії полягає саме у використанні інформаційно-комунікаційних технологій, Інтернету та соціальних мереж, які водночас представляють її основу. І хоча сьогодні основи дипломатії залишаються незмінними, багато дипломатичних процесів виражається саме через цифрові канали. Цифрові технології стали надзвичайно корисні для збору та обробки інформації щодо дипломатичної діяльності, а також для швидкого зв'язку в екстрених ситуаціях. Серед сучасних науковців в Україні питання цифрової дипломатії в своїх роботах розглядали такі дослідники, як Я. Турчин, Н. Грушинська, Д. Гайдай, Б. Гуменюк, Л. Літра, Ю. Кононенко, Ю. Фальке, О. Сагайдак. Серед іноземних дослідників, питанням цифрової дипломатії займаються Ф. Хансон, Г. Гербнер, Дж. Грюниг, Л. Пай.

**Актуальність** даного дослідження впливає з популярності використання порівняно нового зовнішньополітичного інструменту – цифрової дипломатії – провідними країнами світу. Натомість, українські дипломати досі приділяли недостатню увагу електронному чиннику. Враховуючи нагальність та затребуваність імплементації інформаційно-комунікаційних технологій у сферу дипломатичних відносин, питання цифрової дипломатії викликає велику зацікавленість у сучасному науковому дискурсі.

**Метою** роботи є вивчення можливостей інструментів цифрової дипломатії у реалізації публічної дипломатії для досягнення зовнішньополітичних рішень.

Для досягнення визначеної мети необхідно виконати такі **завдання**:

- проаналізувати поняття цифрової дипломатії;
- окреслити етапи розвитку української цифрової дипломатії;
- проаналізувати моделі прийняття зовнішньополітичних рішень;
- визначити основні стадії процесу прийняття зовнішньополітичних рішень;
- дослідити діяльність соціальних мереж у реалізації публічної дипломатії;
- спрогнозувати можливості розвитку української Twitter-дипломатії.

**Об'єктом** дослідження є цифрова дипломатія як новий інструмент ведення зовнішньої політики держави..

**Предметом** – дослідження є інструменти цифрової дипломатії, які виступають вагомим фактором впливу на прийняття зовнішньополітичних рішень.

**Методи дослідження.** Для вирішення окреслених завдань та досягнення мети в роботі були використані такі методи, як порівняльний метод контент-аналіз та прогнозування, а також застосовано принципи історизму, системності та діалектичності у вирішенні поставлених завдань.

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

# Розділ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЦИФРОВОЇ ДИПЛОМАТІЇ

## 1.1. Теоретико-концептуальні підходи до визначення поняття «цифрова дипломатія»

Сучасні умови функціонування світового процесу сприяють взаємопроникненню та стирають кордони між зовнішньою та внутрішньою політикою держави, переплітають її національний та міжнародний інтерес в глобальному просторі. Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій призвів до появи новітніх методів реалізації дипломатичних функцій та створив нові комунікаційні платформи для позиціонування зовнішньополітичних інтересів країни.

Цифровізація суспільства сформувала абсолютно нові моделі взаємовідносин між різними групами соціуму, між громадянами та органами державної влади, а також державами на міжнародній арені, перетворивши традиційну дипломатію із «закритої» сфери діяльності у відкриту та доступну для звичайних громадян.

Використання новітніх технологій та засобів комунікації дало змогу по іншому вирішувати дипломатичні завдання та реалізовувати зовнішню політику, розширило коло осіб, здатних здійснювати міжнародну комунікацію в глобальному просторі, а реалізація зовнішньої політики стала загальнодоступною, тобто публічною.

Вперше поняття «публічна дипломатія» у 1965 р. запропонував науковець Е. Гулліон. Він визначав такий вид дипломатичної діяльності як ретрансляцію суспільних соціальних установок на іноземну аудиторію за для досягнення геополітичних цілей тієї чи іншої держави. [81]

Дослідники Американського аналітичного центру REND (Research and Development) характеризують публічну дипломатію як відкриту співпрацю та комунікацію уряду з широкими верствами населення [93].

Так з 1996 р. розпочинається практичний досвід запровадження електронної дипломатії, коли Інформаційне агентство та Держдепартамент США почали використовувати соціальні мережі, блоги, електронні журнали та урядові портали в інтернет-мережі з метою формування іміджу держави та збільшення впливу на потенційну аудиторію за кордоном. У 2009 р. Х. Клінтон, держсекретар адміністрації президента США Барака Обами, презентувала нову програму зовнішньої політики США, головним напрямком якої стала цифрова дипломатія.

Міністр закордонних справ України Дмитро Кулеба під публічною дипломатією розуміє діалог між державою та зовнішньою аудиторією «...з урахуванням різноманіття національної та глобальної аудиторії, а також сприяння міжособистісним контактам «людина-людина», що особливо актуально в епоху широкого використання цифрових інструментів та соціальних мереж» [65; с. 183-184]

На сьогоднішній день публічна дипломатія сприймається як дієвий механізм реалізації «м'якої сили». Поняття «м'яка сила» ввів у науковий обіг американський політолог Дж. Най для позначення уміння непримусового переконання опонентів у досягненні зовнішньополітичних цілей. [88; с.53]. Зростання ролі суспільства як акторів публічної дипломатії в останні роки свідчить про появу нової публічної дипломатії, що базується на думку дослідниці О. Опанасюк «... на гуманітарному та інформаційному співробітництві з використанням найновіших комунікаційних технологій» [48, с. 239].

Різновид публічної дипломатії, що використовує для розв'язання своїх завдань інформаційні можливості, отримав такі назви як: цифрова дипломатія, електронна, віртуальна, дипломатія соціальних мереж, Twitter- дипломатія та ін. [6; с.10].

Дослідження цифрової дипломатії виступає новим напрямком у теорії міжнародних відносин. Аналіз наукового дискурсу показує, що поняття цифрової дипломатії ототожнюють або протиставляють з термінами «електронна дипломатія» (Ф.Хансон), «е-дипломатія» (А.Фуллер), «кібердипломатія» (Р.Барітон), «твітер-дипломатія» (А. Росс), «дипломатія 2.0» (Ф.Хансон). Крім того, зустрічаються такі визначення як «дипломатія соціальних мереж», «мережева дипломатія», «соціальна дипломатія», «медійна дипломатія», «віртуальна дипломатія», «дипломатія у реальному часі», «інтернет дипломатія», «нетдипломатія», «дипломатія цифрових ЗМІ», які часто використовуються як взаємозамінні або як синоніми «цифрової дипломатії». Окремо зазначені терміни зустрічаються в різних країнах для позначення ефективного використання інформаційно-комунікаційних технологій для реалізації зовнішньої політики держави.

Важливу роль у дослідженні поняття цифрової дипломатії відіграли наукові праці П. Бурдьє, Дж. Грюнінга, Дж. Кіна, Дж. Найя, Е. Тоффлера, І. Горна, І. Дерев'янка, О. Марчукова та ін.

Теорія цифрової дипломатії як складова політичної культури почала формуватися наприкінці ХХ століття у США з усвідомлення важливості імплементації нових ефективних методів дипломатії, які виходили б за межі офіційних політичних інститутів. Сполучені Штати Америки одними з перших застосували цифрову дипломатію на практиці. Систему електронного врядування у США було імplementовано ще в лютому 1997 р., коли американська адміністрація виступила з ініціативою «Удосконалення урядової діяльності через нові технології», а в 2000 році стартував проєкт FirstGov, що об'єднав близько 20 000 сайтів державних органів різних рівнів. Орієнтуючись на сучасні реалії, у США поширилась кампанія Tweet Congress з метою сприяння прозорості влади, із закликами до представників Конгресу використовувати Twitter (@TweetCongress) [91; с.138].

Серед науковців найчастіше використовується термін «цифрова дипломатія», запропонований Ф. Хансоном, що передбачає реалізацію публічної

дипломатії з використанням можливостей інтернету та інших інформаційно-комунікаційних технологій за для досягнення та лобіювання зовнішньополітичних інтересів держави. У 1984 році, вчений оприлюднив дослідження діяльності Інформаційного агентства США та відкрив науковий дискурс про публічну дипломатію в комп'ютеризованому світі [82].

Учений окреслив такі пріоритетні напрями діяльності цифрової дипломатії як:

- забезпечення національних інтересів за кордоном;
- використання нових інструментів комунікації для спілкування з громадськістю та вивчення суспільної думки;
- реагування органів влади з використанням інформаційно-комунікаційних технологій на соціальні та політичні зміни, що виникають у країнах і регіонах;
- формування прямих каналів спілкування з громадянами, які перебувають за кордоном;
- реагування у надзвичайних ситуаціях;
- забезпечення свободи та відкритості у використанні інтернет технологій;
- реалізація за допомогою онлайн-платформ державних завдань з використанням зовнішніх експертних ресурсів;
- забезпечення ефективної координації та планування зовнішньої політики у державних структурах. [36, с.16].

В останні роки цифрова дипломатія розширює свої межі, використовуючи розвиток інформаційно-комунікаційних технологій: інтернет-платформи, соціальні мережі, блоги; і таким чином трансформує формат сучасної дипломатії.

А. Грейч вважає, що інформаційна революція визначила новий тип дипломатії – віртуальна дипломатія, що реалізується через використання технологій та можливостей інтернету. [42; с. 58].



Уряд США такий вид дипломатії трактує як змінену дипломатію, пов'язану з появою інтернету, що передбачає використання соціальних платформ у дипломатичній практиці для забезпечення спілкування американських дипломатів з іноземними інтернет-користувачами [78], що реалізується через діяльність:

- веб-сайтів міністерств закордонних справ, посольств та міжнародних організацій, які служать для пояснення та транслявання їхньої національної зовнішньої політики та спростування неприйнятних дій чи претензій інших держав;

- соціальних мереж, що є онлайн майданчиком для спілкування дипломатичних представників із світовою спільнотою на принципах відкритості та прозорості. Такі соціальні мережі як Twitter, Facebook, Instagram та YouTube стають найпотужнішим інструментом комунікації. [36; с. 18].

Науковці Е. Сегев та І. Манор під цифровою дипломатією вбачають можливість використання державою соціальних медіа для досягнення зовнішньополітичних цілей та формування національного іміджу. Науковці зазначають, що реалізація цифрової дипломатії можлива на рівні міністерства закордонних справ та на рівні посольств, розташованих по всьому світу. Тобто, використовуючи ці вектори, держава трансформує зовнішньополітичні та іміджеві дії з врахуванням унікальних особливостей місцевої аудиторії.

Е.-М. Слотер, директор політичного планування Держдепартаменту США, переконана, що сучасна дипломатія потребує мобілізації міжнародних мереж державного та приватного сектору, оскільки трансформуються геополітичні відносини, де мережива комунікація стає визначальною для прийняття важливих рішень. [42; с. 61].

Науковець Дж. Шмідт вважає, що розвиток інформаційно-комунікаційних технологій впливає на концепцію дипломатії, змінює її середовище та визначає основні тенденції розвитку, зокрема: глобалізацію, регіоналізацію та локалізацію, що, в свою чергу, сприяє підвищенню соціальної взаємодії. А дослідник Е. Весткотт стверджує, що інтернет-мережа змінила традиційний

формат дипломатії: полегшила доступ до інформації та знищила ієрархічні шаблі у прийнятті зовнішньополітичних рішень [21]. Тобто визначальною особливістю цифрової дипломатії є технічна складова.

У 2015 р. науковець К. Бйола визначив цифрову дипломатію як «використання соціальних медіа в дипломатичних цілях», наголошуючи, що саме такий різновид дипломатії «може змінити практику того, як дипломати беруть участь в управлінні інформацією, публічній дипломатії, стратегічному плануванні, міжнародних переговорах або навіть врегулюванні криз». [75, с. 4]. Водночас дослідник М. Голмс вбачає під цифровою дипломатією «стратегію управління змінами за допомогою цифрових інструментів та віртуальної співпраці» [75, с. 15], де акцент робиться на співпраці дипломатичних структур та їх представників як онлайн, так і офлайн, на яку цифрові технології жодним чином не впливають.

В українському науковому дискурсі цифрова дипломатія є предметом дослідження в працях з проблематики, що охоплює зовнішньополітичну діяльність держави. Наприклад, М. Окладна та В. Стеценко досліджують роль цифрової дипломатії в сучасній зовнішній політиці держави, Н. Піпченко цифрову дипломатію розглядає як інструмент зовнішньополітичної діяльності США; науковці В. Степанова та К. Бричук – як інструмент масової комунікації; дослідник І. Дерев'янюк аналізує цифрову дипломатію в контексті ризиків і загроз сучасності.

У Стратегії публічної дипломатії України на 2021-2025 р.р. цифрова дипломатія визначається як «напрямок публічної дипломатії, що передбачає використання цифрових технологій і платформ, а також взаємодію з ними для захисту національних інтересів країни» [65, с. 15]

Пандемія, спричинена коронавірусною інфекцією актуалізувала використання цифрової дипломатії у всьому світі. У 2020 році проводились віртуальні саміти, конференції та зустрічі на міжнародному рівні. Україна у квітні 2020 року в режимі онлайн брала участь у Форумі безпекового співробітництва ОБСЄ, вперше відбулись онлайн-візити Прем'єр-міністра та

Міністра закордонних справ до Німеччини. Вперше в історії саме інформаційно-телекомунікаційні технології стали ключовим засобом організації зустрічей, переговорів державних і політичних діячів. Вони також вирішують питання надання консульської допомоги громадянам, які перебувають за кордоном. Спілкування з громадянами відбувається шляхом використання цифрових ботів і каналів. Наприклад, в Естонії на сайтах державних органів було створено Suve-бот, який надає інформацію щодо надзвичайної ситуації та коронавірусу естонською та англійською мовою, а на території Литви діяв чат-бот viLTė.

Проаналізувавши, наукові розробки у галузі цифрової дипломатії можна сформулювати узагальнене визначення. Отже, цифрова дипломатія – один із різновидів публічної дипломатії, що спрямований на захист національних інтересів, досягнення зовнішньополітичних цілей та формування іміджу держави з використанням інформаційно-комунікаційних технологій. Ситуація, яка склалась в світі на сьогодні, продемонструвала, що переведення в цифровий формат значної частини міжнародних відносин є цілком реальним і корисним.

## **1.2. Цілі, ознаки, функції цифрової дипломатії**

Цифрова дипломатія в сучасному світі виступає як одна з форм публічної дипломатії і як метод ефективного поглиблення міжнародного співробітництва. Використовуючи ефект «непримусового переконання», вона сприяє досягненню цілого ряду цілей: пропагування та підтримання іміджу держави, поширення національних інтересів, популяризація національних особливостей у різних сферах: науки, культури, освіти тощо.

Глобалізація культури й розвиток новітніх інформаційних технологій призвів до того, що національні уряди почали використовувати цифрові інструменти у міжнародному спілкуванні. Саме розвиток інформаційних технологій, який зробив процес комунікації дешевшим, доступнішим та простішим, надав й великих можливостей для розвитку цифрової дипломатії.

Науковець Р. Грант стверджує, що інформаційно-комунікаційні технології поширюють інформацію по всьому світу, тобто процеси прийняття рішень у зовнішній політиці стають доступніші для більшої аудиторії, ніж це було раніше. Саме тому метою цифрової дипломатії можна визначити просування національних інтересів держави за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій, шляхом вивчення урядами країн іноземної громадської думки, інформування зовнішньої аудиторії про власну політику та впливу на тих, хто дану думку формує [11].

За словами Ю. Константинової, основними цілями цифрової дипломатії є здатність впливати на міжнародні події та формувати національний імідж, використовуючи цифрові інструменти: персоніфіковані сторінки членів уряду чи дипломатів у соціальних мережах, чат-боти посольств та дипломатичних відомств [32].

Основним засобом реалізації будь-яких дипломатичних дій є процес комунікації; це його невід'ємна складова. Як зазначає дослідник Кессіді саме дипломати мають повноваження висловлювати та захищати свої національні інтереси на міжнародній арені, і в цьому процесі вони використовують різноманітні комунікаційні канали та технічні можливості [86; с.63].

Науковці К. Йонсен та М. Холл у своїй праці «Essence of Diplomacy» стверджують, що «ніколи не було хорошого дипломата, який був би поганим комунікатором» [81; с. 22].

У зв'язку з цим основними цілями цифрової дипломатії науковець Ф. Хансон виділяє такі: управління знаннями; публічна дипломатія; управління інформацією; зв'язки з громадськістю; свобода в інтернеті; зовнішні ресурси; планування політики.

Цифрова дипломатія як результат потужного розвитку цифрових технологій, таких як соціальні мережі, онлайн-платформи та цифрові програми своє головне завдання вбачає у просуванні «м'якої сили» держави, яка ґрунтується на цінностях внутрішньої політики і соціального порядку, культурі країни та зовнішній політиці.

Бен Скотт, старший радник з питань інновацій колишнього державного секретаря США Х. Клінтон, виділяє три складові цифрової дипломатії:

- використання онлайн-платформ публічною дипломатією;
- реалізація технологічної політики щодо розуміння впливу всесвітньої мережі інтернет на розвиток міжнародних подій;
- ефективне використання інформаційно-комунікаційних технологій для прийняття зовнішньо-політичних рішень [78], що дає можливість зробити висновок: використання цифрових технологій виступає основним мотивом цифрової дипломатії.

Відповідно функції цифрової дипломатії є такими ж як й функції традиційної дипломатії. До таких функцій відносимо:

- комунікаційно-інформаційна функція – здійснення взаємодії за допомогою міжнародних цифрових платформ для просування геополітичних інтересів держав, через різноманітні форми спілкування, обговорення, переконання широкої міжнародної аудиторії; підключення нових інструментів комунікацій для підтримки зв'язків із громадськістю та оцінки громадської думки;
- представницька функція – сприяння об'єднанню значних інформаційних потоків для забезпечення належного реагування органів влади на соціальні та політичні зміни, що виникають у країнах і регіонах; використання цифрових інструментів для організації заходів і проєктів публічної дипломатії;
- управлінська, тобто реалізація дипломатичної діяльності відповідно до принципів проєктного управління, серед яких – доцільність, лідерство, взаємодія, динамічне планування, результативність, оцінка ефективності, підзвітність, підконтрольність; використання онлайн-режимів для відстеження та використання зовнішніх експертних ресурсів у реалізації державних цілей;
- дипломатична функція – використання новітніх технологій та інформаційних підходів для підвищення ефективності діяльності держави на

міжнародній арені; повага до культурних особливостей різних народів світу з метою збереження і розвитку культурного розмаїття та протидії будь-яким формам дискримінації, ворожнечі та іншим формам ерозії єдності спільнот людей; організація конференцій, експертних дискусій та інших заходів для донесення зовнішньополітичних повідомлень та наративів; налагодження взаємодії з провідними вітчизняними та закордонними аналітичними центрами, науково-дослідними установами та освітніми закладами; проактивна комунікація з іноземними журналістами, ЗМІ, блогерами й лідерами думок з метою об'єктивного висвітлення національних інтересів тієї чи іншої держави на міжнародній арені;

- іміджева функція передбачає взаємодію з міжнародними цифровими платформами для просування іміджу держави, використання потенціалу соціальних мереж та співпрацю з онлайн-спільнотами для формування позитивного іміджу держави на міжнародній арені; проведення інформаційних кампаній та заходів, спрямованих на створення та підтримку позитивного туристичного іміджу держави; участь у міжнародних гастрономічних фестивалях та продовольчих виставках;

- функція дипломатичного захисту передбачає налагодження прямих каналів (персональні сторінки дипломатичних представництв у соціальних мережах, чат-боти посольств та відомство) спілкування з громадянами, які перебувають за кордоном; у галузі консульської діяльності за допомогою цифрових технологій здійснюється обробка та підготовка візової документації; за допомогою застосування інформаційних технологій вирішення питань та проблем оперативно, зокрема, при виникненні надзвичайних ситуацій.

З одного боку, цифрова дипломатія розглядається як доповнення до традиційних форм дипломатичної практики, що допомагає здійснювати традиційну дипломатію швидше та ефективніше. З іншого боку, характеристики безпосередності, відкритості та взаємодії цифрової дипломатії роблять її новим ефективним способом ведення дипломатичної практики, який відрізняється від

традиційної дипломатії, розширює роль різних акторів у дипломатичній практиці та пришвидшує розповсюдження та поширення інформації.

Зважаючи на цілі та функції цифрової дипломатії, основними її суб'єктами, тобто тими структурами, що реалізують такий різновид дипломатії на міжнародній арені, є державні відомства, серед яких адміністрація президента, міністерства та відомства, зокрема міністерство закордонних справ, уряд, а також окремі політичні постаті. Також, до суб'єктів можна віднести недержавні відомства та організації, що займаються справами міжнародного характеру. Окрім того, в своїх цілях використовують глобальну мережу і такі негативні міжнародні актори як терористичні угруповання та екстремістські організації. Отже, суб'єктами цифрової дипломатії є державні та недержавні структури, які використовують інструменти дипломатії та інформаційних технологій для вирішення глобальних проблем.

Об'єктами цифрової дипломатії відповідно виступають іноземні уряди та інші органи владної структури, окремі політичні сили або постаті, міжурядові та неурядові міжнародні організації, а також – іноземна аудиторія, як загалом, так і окремих держав. Тобто, об'єктом цифрової дипломатії є цільова аудиторія (власні громадяни; власні громадяни, що перебувають у інших країнах; міжнародна аудиторія – громадяни інших країн), на яку спрямована комунікаційна діяльність дипломатичних установ.

Дослідники Манор і Сегев зазначають, що цифрова дипломатія впроваджується на двох рівнях:

- на рівні посольств, здійснюючи комунікаційну діяльність щодо поширення своєї зовнішньої політики, пропагування особливостей власної культури, історії, сучасного мистецтва;

- на рівні міністерств закордонних справ, що є центральними структурами дипломатичної служби, за рахунок формування іміджу держави як на міжнародній арені, так і в середині країни.

Цифрова дипломатія дозволяє пристосувати такі різновиди комунікації до особливостей цільових аудиторій, включаючи аналіз унікальних характеристик,

серед яких місцезнаходження, історія та культура, цінності й традиції. Така комунікація допомагає прийняттю рішень в зовнішній політиці та формуванню загального іміджу держави. Тобто реалізується комунікаційний зв'язок між державами та світом, на основі зібраної інформації у міжнародному середовищі, належним чином проаналізованої та поширеної відповідно до власних потреб.

Цифрова дипломатія ефективна у реалізації таких напрямків:

- проведення заходів класичної публічної дипломатії з онлайн-аудиторією;
- формування нових інструментів зв'язку дипломатичних представництв, урядових та неурядових організацій з цільовими аудиторіями;
- налагодження міжнародних контактів за декількома алгоритмами: «держава-громадяни», «громадяни-держава», «держава-держава», «громадяни-громадяни»;
- збір і обробка великих об'ємів інформації з інтернет-ресурсів інших держав, яка може використовуватися у прийнятті стратегічних зовнішньополітичних рішень;
- встановлення контактів між державою та громадянами, що знаходяться за кордоном, встановлення стабільного зв'язку з діаспорами у різних країнах;
- спрощення консульської діяльності. [6].

Отже, реалії XXI століття змушують акторів міжнародних відносин шукати нові методи та шляхи досягнення власних зовнішньополітичних цілей. Використання раніше популярних інструментів дипломатичної комунікації відходить у минуле, поступаючись місцем більш гнучким методам.

Цифрова дипломатія – це складова зовнішньої політики держави і водночас ефективний інструмент забезпечення національно-культурних інтересів на міжнародній арені через використання інформаційно-комунікаційних технологій [36, с. 16].



Основними завданнями цифрової дипломатії є: виконання зовнішньополітичних завдань та цілей; захист інтересів держави на міжнародній арені; ведення пропаганди та анти-пропаганди; здійснення впливу або тиску на інших акторів; дискредитація опонентів; укріплення відносин з прибічниками; формування та підтримка позитивного іміджу; підвищення обізнаності світової спільноти про державу.

Ефективна цифрова дипломатія неможлива без певної кількості і якості інформаційно-комунікаційних технологій, якими вона оперує. Ключові елементи сучасної цифрової дипломатії включають в себе всі можливості мережі інтернет, соціальні мережі, комунікаційні платформи. [75]. Цифрова дипломатія реалізується через такі ресурси як блоги та мікро-блоги, соціальні мережі, відомчі та невідомчі портали та сайти, онлайн-радіо та телебачення, електронна пошта та інші загальнодоступні та поширені медіа-майданчики. [6].

Тобто, цифрова дипломатія виступає потужним інструментом реалізації геополітичних інтересів держави, а соціальні мережі як один з основних її засобів зарекомендували себе як безпрецедентний ефективний механізм комунікації [26; с. 51]

## **Розділ 2. ПРОЦЕС ФОРМУВАННЯ ЗОВНІШНЬОПОЛІТИЧНОГО РІШЕННЯ**

### **2.1. Механізми прийняття зовнішньополітичного рішення: інституційний та функціональний аспект**

Для вирішення зовнішньополітичних питань, прийняття певних рішень на міжнародній арені держава використовує різні потенційні ресурси, чим визначає свою силу в геополітичному просторі. Зарубіжні науковці, зокрема Б. Рассел, С. Гофман, Р. Кохейн під силою держави розуміють її вміння та можливості здійснювати активний вплив на міжнародні процеси та прийняття рішень іншими державами [73].

Сучасні глобалізаційні процеси унеможлиблюють уособлене існування будь-якої держави, сприяючи розвитку взаємовідносин країн на міжнародній арені, активізуючи діяльність міжнародних акторів для реалізації національної зовнішньої політики.

Зовнішня політика держави відіграє важливу роль у житті суспільства, адже вона є реакцією на назрілі проблеми людства, що виникають у всіх сферах життєдіяльності: політичній, економічній, культурній, технічній, військовій, дипломатичній та ін.; аналізує причини їх виникнення та сприяє знаходженню шляхів вирішення [62; с.138].

Це діяльність держави на міжнародній арені, яка регулює відносини з іншими суб'єктами зовнішньополітичної діяльності: державами, зарубіжними партіями та іншими громадськими організаціями, всесвітніми та регіональними

міжнародними організаціями. Поєднання економічного, демографічного, військового, науково-технічного, культурного потенціалів держави визначає можливості її зовнішньополітичної діяльності на міжнародній арені, ієрархію пріоритетів у постановці та реалізації зовнішньополітичних цілей.

Зовнішня політика держави має багатоаспектний характер та викликає постійний науковий інтерес. Так, поняття еволюції терміна «зовнішня політика» цікавило А. Ждамарову, М. Мальського, Й. Франкела. Багатоаспектність аналізу зовнішньої політики у своїх працях досліджували Г. Брак, П. Войтович, В. Гадсон, Дж. Розенау, Р. Снайдер, Г. Спрут та М. Спрут, Є. Суліма. Проблематика зовнішньополітичного аналізу представлена в наукових роботах М. Дорожка, Є. Камінського, Г. Кіссінджера, В. Копійки, В. Манжоли, Г. Ласуелла, Н.Ржевської, Ю.Седляр.

Починаючи з XVIII ст. під поняттям «зовнішня політика» науковці розуміють, у першу чергу, дипломатичну діяльність. Сучасна політична наука поняття «зовнішня політика держави» трактує як:

- «сукупність дій і прийнятих рішень у відносинах з іншими державами» (Й. Франкел) [80];

- «тотожна за суттю поняттю «політика», але реалізується за принципово інших, ніж внутрішня політика, умов та за допомогою інших засобів і механізмів» (М. Мальський) [39];

- «необхідний компонент державної політики, що сприяє закріпленню і забезпеченню політичного курсу країни, санкціонованого волею народу і прийнятого його політичними лідерами» (П. Войтович) [10];

- «діяльність держави та інших політичних інститутів, що здійснюється на міжнародній арені; комплекс дій спрямованих на встановлення і підтримку відносин з міжнародним співтовариством, захист власного національного інтересу та поширення свого впливу на інші суб'єкти міжнародних відносин.» (В. Баштанник, Є. Суліма) [2].

Проаналізувавши наукові дефініції, можемо стверджувати, що поняття «зовнішня політика» формується із трьох основних складових: зовнішня політика як явище; зовнішня політика конкретної держави; зовнішня політика як процес реалізації, тобто зовнішньополітична діяльність.

Водночас, формування зовнішньої політики є складним процесом, що передбачає вироблення та прийняття зовнішньополітичних рішень, характер яких залежить від багатьох факторів: географічне положення держави, військові можливості, економічна могутність, культурно-історичні традиції, тип політичної системи, соціальна структура суспільств, індивідуальні особливості політичних лідерів [28; с.20].

Прийняття того чи іншого зовнішньополітичного рішення критично впливає не лише на саму державу, тобто її функціонування, а й на геополітичний розвиток інших держав та ситуацію на міжнародній арені. Саме тому проблема прийняття зовнішньополітичних рішень привертає увагу науковців ще з 50-х років ХХ ст.

Термін «прийняття політичних рішень» вперше у 1930-1940 р.р. увів до наукового обігу Гарольд Лассуел, один із засновників Чиказької школи політичного біхевіоризму (напрям у політології, що вивчає політичну поведінку індивіда або соціальних груп, переважно під час виборчих кампаній).

Теорія прийняття рішень спрямовує увагу не на держави як метафізичні абстракції, або на уряди, а намагається дослідити поведінку окремих осіб, які приймають рішення, що формують урядову політику їхніх країн. Так, американський політолог Г. Лассуел намагався дослідити причини прийняття того чи іншого зовнішньополітичного рішення через вивчення особистості політичного лідера та його поведінки; науковці А. Джордж та О. Холсті акцентували увагу на особистісних якостях політичних діячів, та як ці риси впливають на процес прийняття зовнішньополітичних рішень [13]. У цей період з'являються наукові праці, в яких досліджується процес прийняття рішень як результат «складного процесу боротьби між елементами та представниками бюрократичної ієрархії» [41; с.90].

Загалом у сучасній літературі існують різні погляди на місце рішень у системі державного управління і зовнішньої політики. Так, наприклад, іноді виділяють так звані «широкий» та «вузький» підходи.

«Широкий» підхід передбачає, що рішення загалом співпадає з управлінням як специфічним видом людської діяльності. Тобто, будь-яке управління – це апріорі рішення, або, іншими словами, комплекс взаємопов'язаних рішень.

Прихильники ж «вузького» підходу відзначають, що прийняття рішення – це лише одна з фаз управлінського процесу, і то не найбільш важлива.

Саме поняття «рішення» має декілька значень. Це поняття одні науковці трактують виключно як процес, інші виключно як акт вибору, а треті – як результат вибору. [25, с. 38].

Науковець М. Мацях прийняття рішення визначає як «процес, який стосується осіб, що беруть участь у процесах формування зовнішньої політики через аналіз зовнішньополітичної ситуації та вибору альтернативних можливих дій, спрямованих на забезпечення національних інтересів» [41; с.90].

Дослідник І.Жовква вважає, що «процес прийняття рішення включає і розробку альтернатив, і вибір серед цих альтернатив, і оцінку реалізації обраної альтернативи і внесення, у разі необхідності, необхідних коректив і змін аж до відміни рішення» [25, с. 38].

У сучасному науковому дискурсі виникли декілька напрямків, що досліджують питання прийняття зовнішньополітичного рішення. Серед них можна виділити п'ять основних теоретичних напрямків:

- раціонального вибору. Теорія раціонального вибору як модель аналізу процесу зовнішньополітичного рішення вважається традиційною і базується на ідеї раціональної поведінки держави або конкретного політика на міжнародній арені. Класичним дослідженням з використанням раціоналістичної моделі вважається праця Томаса Шеллінга «The Strategy of Conflict» («Стратегія конфлікту», 1963). У рамках теорії раціонального вибору вивчається проблема прийняття рішення з точки зору найбільшої доцільності, тобто поведінка

держави на міжнародній арені та, відповідно, рішення, які нею приймаються, є раціональними та виступають результатом проведення ґрунтовного аналізу ситуації у відповідності до національних інтересів. Підходи теорії раціонального вибору знайшли широке застосування в дослідженнях сфери безпеки в міжнародних відносинах.

- психологічний. Психологічний напрямок виник як реакція на надмірний раціоналізм, тому один із його основних постулатів полягає в тому, що рішення, особливо в умовах конфлікту та кризи, часто виявляється далеким від раціонального.

- інституційний. У рамках інституційного напрямку аналізуються проблеми, пов'язані з організацією процесу прийняття зовнішньополітичного рішення. Важливим для розуміння того, як буде будуватися зовнішня політика конкретної держави, є виявлення стандартних операційних процедур. Це стосується, перш за все, правил проходження та прийняття зовнішньополітичних рішень. При цьому у демократичній державі процес проходження рішення і стандартні операційні процедури більш прозорі. В авторитарних державах рішення більшою мірою залежить від випадкових факторів, а також взаємовідносин найближчого оточення з політичним лідером. Однак у демократичних державах процес проходження рішень з дотриманням усіх процедур займає звичайно більше часу, при цьому досить часто проводяться популістські рішення.

- інтернаціоналістичний. Інтернаціоналістичний напрямок акцентує на процесі взаємодії сторін. У центрі уваги тут виявляються такі питання, як вплив рішення одного учасника на поведінку іншого.

- системний. У дослідженнях системного напрямку підкреслюється, що рішення, які приймаються політичними лідерами, необхідно розглядати у загальному контексті міжнародних відносин та світової політики. При цьому аналізу має підлягати не лише саме рішення, але і його місце у більш широкій системі відносин усіх учасників світової політичної системи.

До початку 1970-х років більшість дослідників базувались лише на двох основних підходах у цій сфері – або на моделі раціонального вибору, або на організаційній моделі.

Модель раціонального вибору (деякі науковці називають її ще «моделлю раціонального актора») передбачає, що прийняття рішення – це результат добре продуманого та аргументованого вибору, який робиться цілісним суб'єктом, що ставить перед собою стратегічні цілі та інтереси. Цей суб'єкт діє виключно свідомо та раціонально і завдяки цьому досягає своєї мети. [25, с. 39]. Науковець Б. де Мескіта вважає, що «раціональні моделі передбачають, що суб'єкти прийняття рішень діють так, як, на їхню думку, буде найкраще у їхніх інтересах, про те це не означає, що вони завжди мають чітке уявлення про інтерес» [41, с. 91]. Зовнішня політика держави в цій моделі розглядається як її реакція на зовнішні впливи. Держава як єдине ціле, здатна розробляти найбільш виважену модель поведінки на міжнародній арені. Раціональна модель передбачає, що в процесі прийняття зовнішньополітичних рішень мета та пріоритети зовнішньої політики чітко визначені, розглянуті, й прийняті до уваги всі можливі варіанти дій. Передбачені можливі наслідки різних варіантів поведінки, й на основі цих оцінок приймається оптимальне рішення [13].

Науковець І. Жовква вважає, що в організаційній моделі прийняття рішення відбувається як результат функціонування низки урядових організацій, які діють у відповідності до певних процедур та правил. При цьому ефективність розробки та прийняття рішення не залежить від того чи іншого суб'єкта або суб'єктів, а лише від злагодженості та чіткості дії відповідних бюрократичних інститутів. [25, с. 39]. Суб'єкт прийняття зовнішньополітичних рішень діє раціонально, але в цій ролі розглядається не держава як монолітний актор, а група урядових організацій, дії яких у процесі вироблення колективних рішень є обмеженими, наприклад, обсягом повноважень, до того ж вони можуть бути в недостатній мірі поінформовані щодо практики втілення в життя ухвалених рішень [13].

З активним розвитком у 1970-х р. напрямку біхевіоризму почали з'являтися особистісні моделі прийняття рішень. Великої уваги набуває ідея інтерпретації процесу прийняття рішення як вивчення особливостей людської поведінки, що регулюється такими психологічними механізмами, як стимули і мотиви, установки і реакції, цінності та орієнтири.

Відтак, реалізується спроба поєднання макроаналізу ролі суспільних інститутів, інтересів і цінностей з оцінкою психологічних параметрів поведінки окремих людей, що беруть участь в процесі прийняття рішень, таких як ірраціональні мотиви і емоції, сприйняття і установки.

Окремою моделлю прийняття рішень є модель бюрократичної політики, що вбачає процес прийняття рішень як результат торгу між членами бюрократичного апарату та їх політичними керівниками. Основна ідея – врахування, при аналізі процесу прийняття зовнішньополітичних рішень, впливу структури та внутрішніх механізмів. [25, с. 39] Бюрократична модель поділяє відповідальність за прийняття зовнішньополітичних рішень між посадовими особами, державними установами, а зовнішня політика розглядається як процес, учасники якого прагнуть знайти компроміс та домовитися з актуальних міжнародних проблем. Прихильники даної концепції стверджують, що учасники процесу прийняття рішень прагнуть до удосконалення вже існуючої зовнішньої політики, але навряд чи можуть передбачити її перебіг і реалізовувати таку політику, що максимально відповідає національним інтересам держави [13]

## **2.2. Етапи процесу прийняття зовнішньополітичного рішення**

Основним предметом теорії прийняття рішень є дослідження процесу підготовки, прийняття та впровадження політичних рішень.

Процес прийняття зовнішньополітичних рішень – це акт вибору єдиноправильного рішення серед наявних альтернатив, які характеризуються певним ступенем невизначеності. У зовнішній політиці ступінь такої невизначеності, як правило, набагато вищий, ніж у політиці внутрішній.



Питанню вивчення вітчизняного та західного досвіду процесу підготовки та прийняття зовнішньополітичних рішень приділяли увагу такі науковці як: А.Дегтярьов, В.Демидов, В.Дудін, В.Сергеєв, В.Цимбурський. У своїх наукових доробках аналізували існуючі течії та напрями вивчення процесу прийняття політичних та зовнішньополітичних рішень Л.Болман, Т.Діла, А.Джордж, Г.Ласуелл, Ч.Ліндблум, Г.Тейзман, А.Вілдавський, Т.Шеллінг, М.Олсо.

Досліджуючи процес прийняття рішень в зовнішній політиці державі, науковці звертали увагу на дослідження:

- системи суб'єктів, що приймають рішення;
- системи законодавчих норм та обмежень, на базі яких приймаються рішення;
- функціональних зв'язків між суб'єктом та об'єктом рішення;
- системи забезпечення інформацією;
- технології прийняття рішень.

Науковець Джеймс Розенау, досліджуючи процес прийняття зовнішньополітичних рішень, виокремив три фази процесу прийняття рішення, який реалізується від стимула, до формування вже самого рішення:

- перша фаза передбачає аналіз реакції лідера на зовнішньополітичні виклики та появу в нього стимулу до впливу на міжнародну ситуацію;
- друга фаза – прийняття рішення;
- третя фаза – аналіз зворотньої реакції об'єктів, після прийняття рішення.

Тобто, як вважав Дж. Розенау, заключна фаза доводить наявність зворотних зв'язків при прийнятті та втіленні зовнішньополітичних рішень [92].

Зовнішньополітичні рішення завжди приймалися певними людьми, тому багато залежить від особистісних якостей політика та його переконань.

Науковець С. Уолкер розробив класифікацію політичних лідерів на основі мотивування, якими керуються політичні лідери при ухваленні рішень в умовах

міжнародних криз: потреба у владі, потреба в досягненні мети, потреба у схваленні.

Вивчення мотивувань визначає тип зовнішньополітичних переконань та варіанти політичної поведінки лідерів держав в умовах міжнародної кризи. Саме тому американські політичні психологи І. Джейніс та Л. Манн виокремили п'ять стратегій прийняття зовнішньополітичних рішень. Це стратегії задоволеності, елімінації, нарощування, оптимізуюча стратегія та власна стратегія науковців для прийняття зовнішньополітичного рішення.

Стратегія задоволеності передбачає прийняття політичним лідером першого рішення, яке він вважає прийнятним для покращення ситуації, не аналізуючи додаткову інформації та альтернативні варіанти [93].

Стратегія елімінації передбачає в процесі прийнятті рішення виключення тих параметрів, які від початку не задовольняють самого політичного лідера.

Стратегія нарощування не має чітко визначеної мети, тому прийняттю зовнішньополітичних рішень передують погіршення міжнародної ситуації. Відповідно, коли ситуація покращується, то зникає мотивація подальшого прийняття та реалізації зовнішньополітичних рішень.

Оптимізуюча стратегія передбачає збільшення кількості альтернатив, що розглядаються, при цьому політичний лідер прагне максимально змінити міжнародну ситуацію у відповідності до своїх поглядів та цілей.

Запропонована науковцями (А. Етционі, І. Джейніс та Л. Манн) власна стратегія прийняття зовнішньополітичних рішень передбачає декілька етапів її реалізації:

- розгляд політичним лідером, який уповноважений приймати дане рішення, всіх можливих альтернативних варіантів;
- формування та аналіз всіх завдань, яких необхідно досягти у певній ситуації;
- аналіз позитивних та негативних наслідків будь-якого із запропонованих рішень;

- пошук і систематизація більш повної та точної інформації для оцінки можливих ініціатив;

- аналіз нової інформації з урахуванням думок експертів, навіть якщо вони суперечать тій стратегії, яка на попередніх етапах була визначена найкращою за даних обставин;

- вивчення політичним лідером позитивних та негативних наслідків альтернативних рішень, в тому числі і тих, які були відкинуті на попередніх етапах;

- розробка деталей реалізації обраного варіанту стратегії, з урахуванням запасних варіантів на випадок виникнення непередбачених обставин [93; с. 84-86].

Науковці зазначають, що не виконання одного із етапів чи його ігнорування може призвести до серйозних помилок у процесі прийняття зовнішньополітичного рішення, а також не сприятиме виробленню реальної стратегії дій на міжнародній арені тією чи іншою державою.

Дослідник Г. Лассуел пропонує іншу кваліфікацію процесу прийняття рішення:

- перший етап – це отримання інформації;
- другий етап – вироблення рекомендацій на основі аналізу отриманої інформації;

- третій етап передбачає формулювання визначених дій та кроків, які мають бути реалізовані;

- четвертий етап – це реалізація визначених дій;

- п'ятий – реалізація прийнятого рішення на практиці;

- шостий етап передбачає оцінювання наслідків реалізованих дій;

- сьомий етап підсумовує наслідки проведених заходів і може стати вихідним пунктом для прийняття нових зовнішньополітичних рішень, початком нового циклу [13].

Науковець І. Жовква як класичний підхід до визначення стадій процесу прийняття зовнішньополітичних рішень визначає лінійно-циклічну модель, що передбачає такі стадії процесу прийняття зовнішньополітичного рішення:

- Оцінка зовнішньополітичного та внутрішньополітичного середовища. Зовнішня політика створюється та реалізовується в рамках зовнішнього та внутрішнього політичного контексту. Цей контекст має усвідомлюватись державою з метою здійснення найкращого зовнішньополітичного вибору.

- Постановка цілей. У кожної держави є декілька зовнішньополітичних цілей, причому одні з них є основними, а інші другорядними. Тому на цьому етапі держава має визначити, яка з цих цілей зазнає впливу зовнішнього чи внутрішнього середовища в даний час.

- Розробка варіантів політичного рішення. Держава на цьому етапі має визначити, якими є наявні варіанти вирішення завдань, що впливають із політичного контексту. Це також включає оцінку здатності держави реалізувати кожен із варіантів, а також наслідки реалізації кожного з них.

- Формальний акт прийняття рішення.

- Запровадження прийнятого рішення [25].

У процесі прийняття зовнішньополітичних рішень також виділяють лінійну модель прийняття рішень Акофа. Вона характерна тим, що всі її стадії в тій чи іншій формі та послідовності існують при прийнятті будь-якого рішення:

- Збір та обробка інформації.

- Аналіз та упорядкування інформації.

- Виділення проблемної ситуації (співвідношення проблеми, процесу та факторів впливу).

- Формування цілей (усвідомлюючи проблемну ситуацію, необхідно розуміти чого потрібно досягти).

- Постановка завдання (з урахуванням співмірності між цілями діяльності та ресурсними можливостями).

- Побудова моделі конкретного міжнародного процесу.

- Розробка переліку альтернатив.

- Формування критеріїв відбору альтернатив.

- Прогноз наслідків реалізації кожної з альтернатив.

- Розробка процедури прийняття рішення (який орган відповідальний за підготовку рішення, яка посадова особа має ухвалювати остаточне рішення тощо).

- Вибір альтернативи. (Вибір здійснюється наступним чином: в процедурі рішень відсіюються всі альтернативи доти, доки не залишиться дві альтернативи).

- Корекція рішення. (Час від початку прийняття рішення минув, ситуація могла змінитись, відбулось щось, чого не змогли врахувати на початку. З огляду на це, у прийняте рішення вносяться корективи, аж до відміни, у разі необхідності) [25; с.39].

У таких моделях прийняття рішень увага концентрується на офіційних особах та органах, що приймають зовнішньополітичні рішення, а також на факторах, що обумовлюють дії осіб, що приймають такі рішення. Крім того, лінійно-циклічний підхід також дозволяє побачити процес прийняття зовнішньополітичних рішень у динаміці.

Водночас така модель має й недоліки:

- штучний характер, що відрізняється від реального політикоуправлінського процесу;

- дана модель не розкриває зв'язки, причини і шляхи просування рішення від однієї стадії до іншої;
- орієнтується лише на послідовний і поступальний рух рішення «зверху – вниз»;
- ігнорує багаторівневий характер державного механізму;
- не забезпечує адекватного та інтегрального опису управлінської аналітичної роботи, оскільки політичний аналіз зводиться лише до оцінки результатів рішення [25; с.40].

Науковець М. Мацях вважає, що форма прийняття рішень передбачає такі стадії:

- процес передачі рішення до виконавців;
- відповідність рішення державним правовим регламентованим актам;
- інформування громадськості про рішення.

Процес прийняття кожного зовнішньополітичних рішень має свою специфіку, але основні стадії прийняття зовнішньополітичного рішення залишаються незмінними. Таким чином, можемо говорити, що процес прийняття зовнішньополітичного рішення має схематичний алгоритм, який витримується на практиці.

### **2.3. Інформаційний обмін у процесі підготовки зовнішньополітичного рішення**

На початку історичного становлення класичної держави мірилом її сили виступала військова міць, з часом розквіту – увагу в розумінні сили держави набула економічна потужність, а на сьогодні основними її елементами стали: енергетична незалежність, високі технології, космічні проєкти, міжнародний

імідж, а також можливості впливу на інших суб'єктів міжнародних відносин, тобто використання інформаційно-комунікаційних інструментів.

Як зазначає науковиця Святковська Ю.: «...зміни, що відбувалися в міжнародному середовищі у зв'язку з розпадом біполярної системи на початку 90-х років, спонукали світових лідерів до пошуку та впровадження якісно нових механізмів та інструментів зовнішньої політики для досягнення стратегічних цілей та реалізації національних інтересів.» [60; с.83]. Тобто у сучасному світі інформаційна складова стає на один щабель з військовою міцністю та економічним успіхом, змінюючи та розширюючи засоби впливу держави на міжнародні процеси, збільшуючи роль гнучких факторів у системі прийняття зовнішньополітичних рішень.

На початку 50-х років ХХ ст. науковець Г. Моргентау стверджував, що «боротьба за владу на міжнародній арені ведеться сьогодні не тільки за військову перевагу і політичне домінування, але й, в певному розумінні, за розум людей» [89, с. 154].

Реалізація зовнішньої політики відбувається у глобальному інформаційному просторі. Інформаційно-аналітичне забезпечення є базою, на якій будується вироблення прийняття рішення щодо реалізації зовнішньої політики. З цієї точки зору, інформацію варто розглядати як певну сукупність різних повідомлень, зведень, даних про відповідні предмети, явища, процеси, відносини, які будучи зібраними, систематизованими і перетвореними на придатну для використання форму, відіграють у процесі прийняття зовнішньополітичних рішень виняткову роль [48, с. 239].

Відповідно прийняття зовнішньополітичних рішень слід розглядати як особливу й дуже важливу інформаційно-комунікаційну діяльність, адже на кожному етапі прийняття рішень вихідним пунктом є опрацювання та аналіз інформації, а також здійснення комунікації для вироблення доцільного рішення.

Важливими етапами для прийняття рішення є знаходження й аналіз різних масивів інформації, яка стосується проблеми; чим більше інформації про стан проблеми, тим більше вона є структурованою.

Підготовка необхідної інформації в процесі прийняття зовнішньополітичного рішення передбачає, передусім, збір та обробку необхідної інформації.

Як наукова категорія інформація характеризується низкою ознак (властивостей), до яких належать: відома самостійність даних; можливість їхнього багаторазового використання, збереження у передавача чи отримувача, придатність до оброблення, інтеграції та ущільнення за рахунок видалення дублюючої, надлишкової інформації; припустимість математичного аналізу; системність і комунікативність.

Інформація, що циркулює в зовнішньополітичному сегменті, може належати до зовнішньополітичного, економічного, соціально-політичного, екологічного становища тощо. Вона має самостійну цінність також для відповідних регіональних управлінських структур, коли вони виступають як органи реалізації зовнішньої політики. Крім того, інформація слугує основою підготовки нормативних документів. На цьому етапі з'ясовується директивна інформація та правовий бік проблеми, вивчається нормативна інформація та наукові дані з вирішуваного питання, узагальнюється досвід, збирається внутрішня поточна інформація, також дані про ресурси для реалізації рішення.

Збираючи інформацію, що відповідає певним вимогам, слід зосередитися на виборі лише такої кількості даних, які б забезпечили прийняття оптимального зовнішньополітичного рішення, а значить, інформація повинна бути достовірною, об'єктивною, своєчасною та достатньою. Цей етап може видатися трудомістким, тривалим і дати зворотні результати за зміни ситуації під час збору фактичних даних, адже на основі отриманої інформації будуть розроблятися альтернативні варіанти рішення.

У процесі прийняття зовнішньополітичних рішень інформація має певний «прохід», оббіг:

- Передача інформації. Це швидкість передачі, забезпечення ідентичності інформації при ній. Швидкість передачі інформації прямо пов'язана з ефективністю прийняття зовнішньополітичного рішення, тому що уповільнення,



тим більше істотне, призводить до втрати інформації, її старіння, зниження її організаційно-регулятивних можливостей. Адже доки інформація повільно рухається в управлінській системі, можуть докорінно змінитися умови і фактори, що визначили зміст даного рішення. Не менш значущим є збереження ідентичності управлінської інформації. Проходячи багатьма ланками, інформація нерідко одержує інше тлумачення, що може відрізнятись від оригіналу.

- Розуміння, коментування інформації, що виражена у відповідному зовнішньополітичному рішенні. На практиці виникає чимало труднощів, оскільки виконавці неоднаково чи неадекватно, по-своєму розуміють висунуті до них управлінські вимоги. У процесі виконання рішення починає йти в іншому напрямку, ніж передбачалося спочатку. Не завжди і журналісти точно схоплюють зміст інформації в зовнішньополітичних рішеннях, особливо якщо коментар робиться особами, які не працюють у дипломатичному секторі, що приймав рішення або не мають достатнього рівня компетенції.

- Організація зворотних інформаційних зв'язків, оперативного інформаційного контролю, що дозволяють вчасно й об'єктивно знати про те, як пройшла передача інформації, як вона збереглася, засвоєна і сприйнята до виконання. Такі знання створюють можливості для повторного роз'яснення (за необхідності), додаткового коментування, прийняття інших заходів, що гарантують правильний початок реалізації рішення.

За кожного окремого випадку необхідно «уписування» рішення в сукупність зовнішньополітичних рішень. Настільки ж необхідна і наявність взаємозв'язку інформації, використаної в рішенні, з підготовчою та, у відомих, зазначених межах, з наступною (пов'язаною з реалізацією) інформацією.

Системна узгодженість інформації, що міститься в рішенні, за вертикаллю (за ієрархією рішень) і горизонталлю (усередині органу державного управління і між етапами інформаційної діяльності) є найважливішою умовою ефективності інформаційного забезпечення зовнішньополітичних рішень.

У сучасних умовах керівник держави немає змоги в повному обсязі самостійно ознайомитися з наявною інформацією, а тим паче якісно проаналізувати та детально проробити всі можливі варіанти рішень та їхніх наслідків. Тому прийняття зовнішньополітичних рішень являє собою колективний процес, до якого залучено від декількох осіб до кількох тисяч.

В американській політичній психології було проведено низку досліджень, щодо вивчення особливостей прийняття зовнішньополітичних рішень окремими президентами США, оскільки у Сполучених Штатах головна роль у процесі вироблення та прийняття зовнішньополітичних рішень належить президенту. Наприклад, президент Дж. Картер, як зазначають науковці, мав високий інтелект, гарну пам'ять, працездатність, впевненість у своїх переконаннях, але при прийнятті зовнішньополітичних рішень він припускався великих помилок, оскільки не повністю при цьому враховував пропозиції радників та національні інтереси Сполучених Штатів. Натомість, президент Р. Рейган не мав феноменальної працездатності, майже не орієнтувався у міжнародній політиці та підкреслював журналістам, що, крім Біблії, не причитав жодної книги. Водночас на міжнародній арені він домігся серйозних зовнішньополітичних успіхів. Саме тому значна увага науковців прикута до проблем взаємин глави держави із своїм найближчим оточенням, передусім радниками та помічниками, в процесі реалізації зовнішньої політики – прийнятті зовнішньополітичних рішень.

Так, науковець А. Джордж, узагальнивши досвід зовнішньополітичної діяльності президентських адміністрацій США в контексті визначення особливостей взаємодії команди глави держави, запропонував три теоретичні моделі прийняття зовнішньополітичних рішень:

– формальна (була типовою для діяльності адміністрацій Г. Трумена, Д. Ейзенхауера й Р. Ніксона), передбачала регламентовану процедуру та ієрархію комунікації всередині малої групи, де не заохочується вільне висловлювання різних поглядів;

– змагальна (застосовувалася під час президентства Ф. Рузвельта), що активно стимулює висловлювання власного погляду, спонукає до вільної комунікації як по горизонталі, так і по вертикалі;

– колегіальна (її застосовував у процесі прийняття зовнішньополітичних рішень Дж. Кеннеді), що передбачає тісну комунікацію з помічниками та радниками. Її завдання полягає в аналізі інформації з різних позицій і з урахуванням вказівок президента. Президент активно взаємодіє з усіма учасниками процесу підготовки зовнішньополітичних рішень, беручи до уваги навіть нетрадиційні підходи та точки зору. [13].

Як зазначає науковець, М. Мацях, будь-який політик сприймає світ крізь призму своїх власних, раніше сформованих, цінностей та переконань. Саме вони виступають своєрідним фільтром для аналізу необхідної інформації у процесі прийняття рішень [41; с.90].

Дослідник К. Боулдінг стверджує, що «...люди, що приймають рішення в політиці, реагують не на «об'єктивні факти» ситуації, а на власний «образ» ситуації. Очевидно, чим більший розрив між образом реальності і самою реальністю, тим вища ймовірність помилкових політичних рішень» [41; с.91].

Будь-яке зовнішньополітичне рішення не приймається однією людиною, навіть в авторитарних режимах. Завжди існує визначена мала група, тобто обмежене коло осіб, які безпосередньо беруть участь у процесі прийняття рішень. Найчастіше це так звані малі групи, які складаються з наближених до політичного лідера осіб. При класифікації цих груп за основу беруть наступні критерії: кількість осіб у групі; розподіл влади; функціональні ролі членів групи.

Американський психолог Ч. Херман виокремив такі типи груп у відповідності до зазначених критеріїв: група-штаб на чолі з лідером, група з автономним лідером, група з лідером-делегатом, автономна група, група делегатів, автономна асамблея, асамблея делегатів, консультативна автономна асамблея, консультативна асамблея делегатів. Делегатом дослідник називає члена групи, який представляє інтереси певних структур, що знаходяться поза межами даної групи, і тому обмеженого у висловленні власної точки зору. У

свою чергу, автономні члени групи вільні у виборі своїх позицій. Ч. Херман розрізняє також групи за терміном часу, необхідного для прийняття рішення, за методами вироблення спільних позицій; за схильністю до новацій, або навпаки до консерватизму [13]. Як вважає науковець М. Мацях малі групи є феноменом групового мислення.

Процес формування державної зовнішньої політики традиційно містить кілька складових: система планування та прогнозування зовнішньої політики; зовнішньополітична експертиза; підготовка суспільної думки та інформаційне забезпечення.

У прийнятті зовнішньополітичного рішення формування та його імплементація залежить від ролі урядів, від індивідуальних чинників, від типу «центру прийняття рішень».

Під «центром прийняття рішень» дослідники визначають групу акторів, які володіють необхідною інформацією, можливістю надавати ресурси та мають владні повноваження це робити. Дослідник М. Мацях вирізняє три типи таких центрів:

- домінуючий лідер;
- єдина група;
- чисельні відокремлені та конкуруючі групи. [41; с.93].

Від кількості осіб, які будуть входити до центру прийняття рішень, буде залежати й вплив особистісного чинника на формування та прийняття того чи іншого рішення. Формування центру прийняття рішень залежить від типу рішення, що приймаються. Типологія рішень у зовнішній політиці має такі критерії: важливість, суб'єктивність, складність, часові рамки та імплементація.

Зовнішньополітичні рішення за своєю важливістю поділяють на:

- стратегічні, до прийняття яких залучаються лише особи найвищого рівня, рішення приймається у дуже короткі терміни, особливо в умовах загрози державі;

- загальні зовнішньополітичні визначають напрям зовнішньої політики держави на найближчий час; до прийняття таких рішень залучаються посадовці середнього рівня, які, в свою чергу, взаємодіють з представниками найвищого рівня;

- адміністративні стосуються бюрократичної частини зовнішньополітичної діяльності; до прийняття таких рішень залучаються посадовці низького рівня. [41; с.93].

Сьогодні в процесі вироблення зовнішньополітичних рішень будь-якої держави активну участь беруть державні установи, аналітичні та дослідні центри. Останні почали активно впливати на міжнародні процеси після Другої світової війни. На основі рекомендацій та прогнозів аналітичних центрів приймаються доктрини певних президентських адміністрацій та довгострокові зовнішньополітичні програми.

Серед багатьох факторів, що впливають на формування зовнішньої політики, є «мозкові центри» – один із найважливіших, але водночас вони найчастіше зазнають критики. Незалежні політологічні інститути – суто американський феномен, оскільки вже більше століття вони визначають характер діяльності США на міжнародній арені. Але аналітичні центри ведуть свою роботу багато в чому поза полем зору засобів масової інформації, тому вони звертають меншу увагу громадськості, ніж інші фактори, що впливають на зовнішню політику.

Незважаючи на свою відносну непомітність, «мозкові центри» значно впливають на дипломатичних діячів у сфері зовнішньої політики. Це відбувається за п'ятьма різними напрямками:

- сприяючи виробленню оригінальних ідей і варіантів політики,
- надаючи готовий контингент експертів для роботи в уряді,
- пропонуючи форуми для дискусій на високому рівні,
- інформуючи населення держави в галузі міжнародної політики

- допомагаючи офіційним органам у посередництві й урегулюванні конфліктів.

«Мозкові центри» є незалежними інститутами, створеними для проведення досліджень і отримання об'єктивних знань, які активно застосовуються у галузі зовнішньої політики. Вони заповнюють критичний вакуум у просторі між академічним світом, з одного боку, і сферою влади, з іншої. Існує тісний зв'язок між, так званими, «мозковими центрами», великими корпораціями, урядом, університетськими центрами – все це складає єдину зовнішньополітичну спільноту. Саме ця спільнота породжує ідеї та концепції, які покладаються в основу доктрин та довгострокових зовнішньополітичних програм.

Прийняття зовнішньополітичних рішень – складний інформаційний процес, у якому беруть участь численні, формальні та неформальні учасники. На формування інформаційно-комунікаційної складової цього процесу впливають внутрішні та зовнішні чинники, погляди правлячої еліти, особисті орієнтації ключових фігур держави, традиції політичної культури, зовнішньої політики і багато інших чинників.

#### **2.4. Особливості системи прийняття зовнішньополітичних рішень в Україні**

Зовнішньополітична діяльність України відповідно до законодавчих документів покладена на Президента України, Міністерство закордонних справ України, Прем'єр-Міністра України. З моменту здобуття державної незалежності в 1991 році питання міжнародного представлення України та її зовнішньої політики за кордоном було актуальним і потребувало достатньої уваги державної влади.

Складності, з якими зіткнулась Україна в цей період на міжнародній арені, пов'язані, у першу чергу, з повною відсутністю досвіду прийняття зовнішньополітичних рішень, а також повною відсутністю зовнішньополітичного механізму, що сприяло б прийняттю цих рішень. Дуже

довгий час процес прийняття зовнішньополітичних рішень відбувався з дотримання таких особливостей, як:

- централізація (концентрація влади у сфері зовнішньої політики),
- диференціація (спеціальна роль різних політичних інститутів та конкретних посадових осіб),
- кулуарність (зовнішня політика – справа «обраних», нехтування громадською думкою).

Крім того, вся політична та адміністративна система засновувалася на традиції, при якій усі організаційні зміни завжди пов'язані з боротьбою за владу і за цих умов зовнішня політика використовується у боротьбі за владу.

Основною ціллю зовнішньополітичної діяльності держави має бути забезпечення національних інтересів, самозбереження держави та підтримка її суверенітету. Зовнішня політика є спробою адаптації національної суспільно-політичної системи до міжнародної, а в цілому вона повинна бути спрямована на досягнення та підтримку динамічної рівноваги між ними.

Більше того, аналізуючи зовнішню політику держави у перше десятиліття незалежності, можемо стверджувати, що Україна була радше об'єктом на міжнародній арені, а не впевненим та надійним суб'єктом міжнародних відносин.

У цей період на міжнародній арені саме застосування інструментів публічної дипломатії для прийняття зовнішньополітичних рішень стає дедалі престижнішим і популярнішим для багатьох держав, що призводить до трансформації класичної дипломатії. Публічна дипломатія – це «цілеспрямована діяльність, націлена на окремих людей та організації; набір різноманітних приватних поглядів як доповнення поглядів влади» [3, с. 36]. Україна, як держава, що розвивається та слідує глобальним трендам, починає застосовувати публічну дипломатію, зокрема такий її різновид як цифрову дипломатію для просування своїх зовнішньополітичних цільових намірів, як зазначає українська дослідниця Н. Нікулішин, що спрямовані на: культурну політику, враховуючи

освіту та спорт, а також – демократичні цінності та публічну дипломатію у широкому її розумінні [45, с. 36].

З 2014 року Україна почала активно проявляти інтерес до публічної дипломатії, намагаючись виробити механізм прийняття зовнішньополітичних рішень з врахуванням національних інтересів держави на міжнародній арені, зокрема формування її позитивного іміджу. Концепція «Державної цільової програми формування позитивного міжнародного іміджу України на 2013-2015 роки» передбачала, що «формування позитивного міжнародного іміджу України є необхідною складовою внутрішніх соціально-економічних та суспільних перетворень, у тому числі успішної реалізації започаткованих владою системних реформ в Україні, підвищення рівня національної самосвідомості та зміцнення суспільної єдності»[ 33].

У 2017 році був створений Український інститут, мета якого полягала у просуванні культурного багатства України, історичного минулого, традицій, що підвищуватиме цікавість та довіру закордонної публіки до країни і, звичайно, зміцнювати культурні зв'язки з іншими державами. Також була ідея створення спеціалізованого державного органу, який займався би здійсненням постійної підготовки зовнішньополітичних рішень на міжвідомчому рівні та поширенням позитивної інформації про державу за кордоном.

На думку Д. Короткова, Україна ефективно використовує політичні цінності та привабливість політичної моделі держави, і її головний інструмент – громадянське суспільство [35. с. 134], намагаючись його активно залучити за допомогою цифрових можливостей до прийняття зовнішньополітичних рішень, адже заклади вищої освіти, культурні та громадські фонди, церква, неурядові організації мають свою гнучку владу, яка може або посилити політику правлячої сили або ж конфліктувати з нею [3;с. 37].

Відповідно, ефективним зовнішньополітичним рішенням може бути тільки тоді, коли влада у його прийнятті буде орієнтуватися на потреб громадянського суспільства всередині країни та врегулювання спірних питань із громадськістю всередині країни.



Позитивним досвідом для побудови громадянського суспільства в Україні та внутрішньополітичної інтеграції стала ідея євроінтеграції. Угода про асоціацію України та ЄС, підписана у 2014 році, остаточно набула чинності у 2017 році, після її ратифікації країнами членами ЄС. Звичайно, ці події, хоча й відбувалися в непростий час для України, мали позитивне значення й посилили її імідж на міжнародній арені. Але результати дослідження Центру Разумкова у 2018 році продемонстрували низький рівень довіри до парламенту: майже 87% громадян засвідчували повну або часткову недовіру до уряду [45, с. 17]. Також варто відзначити, що різні форми об'єднань громадян – формальні та неформальні громадські організації, волонтерські рухи – продовжують користуватися високою довірою з боку суспільства. Станом на кінець 2018 року громадським організаціям повністю або скоріше довіряли 45% громадян, волонтерським організаціям довіряють 65% громадян [56; с. 23].

Після анексії українських територій Росією, у 2014 р., на загальнодержавному рівні стало зрозуміло, що поширення російської пропаганди, як в українському, так і в міжнародному інформаційному просторі, є елементом стратегії, спрямованої на знищення української незалежності, а протистояння деструктивному російському впливу – головним завданням публічної дипломатії України [22; с.294 ]. А 2022 рік продемонстрував нові виклики для публічної дипломатії України.

Російська Федерація продемонструвала застосування жорсткої сили: порушення територіальної незалежності України та використання агресивної й цинічної риторики російського керівництва та пропагандистських ЗМІ в міжнародному інформаційному просторі. Перед Україною постало два завдання: оборона військова та дипломатична. І в першому, і в другому випадках потрібно було діяти оперативно. З одного боку забезпечити успішну обороноздатність держави, з іншого боку не менш важливим було згуртування світової спільноти або, як мінімум, західних країн на боці України, щоб отримати зобов'язання щодо надання військової допомоги та домогтись справедливих санкційних обмежень для Російської Федерації.

Дж. МакКлорі коментуючи використання Україною елементів публічної дипломатії, зазначав, що військова міць, хоробрість громадян України та її бійців надзвичайно швидко породили «нову м'яку силу» [82]

Україна має позитивний досвід використання інструментів цифрової дипломатії у реалізації зовнішньополітичних своїх інтересів.

За результатами дослідження 2023 р. Brand Finance, яке вивчало здатність країни впливати на інших за допомогою привабливості переконань, а не примусу чи сили, тобто використовувати інструменти публічної дипломатії різними державами, продемонструвало, що Україна посіла 37 місце, а в світовому рейтингу м'якої сили «Global Soft Power Index» - зайняла 19 позицію.

Даний рейтинг складений з таких показників як: впливовість, впізнаваність, репутація, бізнес і торгівля, медіа та комунікації, культура і спадщина, освіта і наука, люди і цінності, міжнародні відносини, управління та сталий розвиток. [44]

Аналізуючи результати дослідження, голова МЗС України Д. Кулеба зазначав про збільшення популярності та впливу України на міжнародній арені: «Ми доклали гігантських зусиль, щоб розповісти історію України, просунути український наратив і мобілізувати підтримку. Україна почала займатися зміцненням м'якої сили задовго до початку повномасштабної війни з Росією. Так що інструменти були у нас в руках. Цього року ми багато чого навчилися та знайшли нових союзників» [44]

Також у дослідженні Brand Finance зазначалося, що за Україною в 2023 році найвпевненіший набір позицій у рейтингу, тоді як РФ - єдина країна, яка втрачає «м'яку силу».

Використання інструментів цифрової дипломатії для реалізації зовнішньополітичних цілей передбачає, як зауважують дослідниці Т. Мірошниченко й Г. Федорова:

- підтримання привабливості політичного образу держави (а також перших осіб та впливових політичних лідерів) всередині країни та за кордоном;

- конструювання успішного політичного позиціонування осіб, які ухвалюють важливі політичні рішення;

- забезпечення авторитетності власних зовнішньополітичних проєктів;

- оперування перевіреними даними та правдивою інформацією, що демонструє готовність вибудувати відкриті довірчі стосунки. [42; с 57.]

Однак сьогодні як ніколи високо оцінюється здатність сучасних держав слідувати декларованим принципам та демонструвати відповідальність за дії, що вживаються. Саме тому, цифрова дипломатія України є втіленням ключових норм та цінностей того суспільства, яке представляється за кордоном: тут немає місця публікаціям дезінформуючих матеріалів, поширення Fake News, маніпулювання, пропаганді вигідних політичних та економічних програм, подання вузькоорієнтованих інтересів будь-якої групи осіб, порушення наявних домовленостей.

При цьому, цифрова дипломатія у реалізації зовнішньополітичної концепції демонструє такі можливості, як використання складних технологічних інструментів (покликаних згуртувати цільову аудиторію та збільшити координований потік своєї інформації на всіх платформах та акаунтах), формалізація та оптимізація аналізу великих обсягів даних, обмін досвідом взаємодії в рамках конкретної цифрової екосистеми та конкретної архітектури віртуального світу, посилення комунікаційного та впливового потенціалу створюваних віртуальних спільнот.

Серед основних задач публічної дипломатії виділяють постійний діалог із громадськістю інших держав у контексті національних інтересів України, активне та багатоканальне поширення правдивої та збалансованої інформації про Україну, її внутрішньо- та зовнішньополітичну ситуацію, проактивну участь та ініціативність у глобальних та регіональних процесах, розвиток туристичного та освітнього потенціалу для позитивного інформаційного супроводу.

Анексія українських земель Російською Федерацією у 2014 р., продемонструвала наслідки недостатньої присутності України у світовому медіапросторі.

Науковця К.Бікір наголошує на необхідності і своєчасному формулюванню й ведення чітко вираженої політики для адекватного геостратегічного позиціонування України з метою запобігання діям країн-агресорів. [3, с. 37].

### **Розділ 3. ЦИФРОВА ДИПЛОМАТІЯ ЯК ТЕХНОЛОГІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТ ДЕРЖАВИ**

#### **3.1. Специфічні риси використання соціальних мереж**

Життя сучасного суспільства неможливо уявити без соціальних мереж, обміну різноманітною інформацією та обговоренням нагальних питань на різних цифрових платформах. Для сучасної людини користування соціальною мережею

досить звичне явище, а для дипломатів – це навіть не так форма спілкування з тисячами незнайомих людей, скільки розуміння того, що відбувається в країні їх перебування, як на рішення та дії їх зовнішньополітичного відомства реагують громадяни та цифровий простір, який можна використовувати як вплив на громадську думку, створення позитивного іміджу своєї країни за кордоном.

Сучасне інформаційне суспільство розмиває державні кордони і жодна країна не може перебувати в інформаційному вакуумі, трансформується традиційна система комунікації. Розвиток цифровізації сприяв формуванню нової моделі взаємовідносин не лише між громадянами та органами державної влади, а й між державами в глобальному інформаційному просторі [15]

Алгоритм соціальних мереж – це своєрідне правило поведінки, яке приводить до вирішення встановленої проблеми, шляхом виконання конкретної послідовності дій. Сьогодні алгоритми використовуються в різних сферах життя. В інтернеті вони найчастіше відповідають за впорядкування або визначення пріоритетності інформації, що з'являється в безперервному потоці повідомлень.

Сьогодні соціальні мережі більшість науковців називають ефективним інструментом дипломатії. Дипломатичні служби провідних держав світу використовують Інтернет для комунікації із громадянами країн перебування, проведення опитувань, надання необхідної інформації. Політичні еліти вміло застосовують інформаційно-комунікаційні технології у власних інтересах в межах власних держав та на міжнародній арені. Навіть в міністерствах закордонних справ вивчають основи медіаграмотності та роботу в соціальних мережах.

Основні відмінності від класичної публічної дипломатії полягають у ширшому доступі до інформації, більшій взаємодії між окремими особами та організаціями та більшою прозорістю. Використання соціальних мереж у дипломатичній діяльності дозволяє впливати на широке коло споживачів інформації, тобто охоплює широку аудиторію.

Розвиток веб-сайтів міністерствами іноземних справ, посольствами та делегаціями міжнародних організацій на даний час є стандартною практикою.

Соціальні мережі стали ще важливішим інструментом дипломатії. Таке всесвітнє поширення онлайн-каналів принесло з собою хвилю відкритості та прозорості, якої ніколи не було.

Соціальні мережі – це засоби масової комунікації. Їх діяльність спрямована на виконання комунікативних функцій та є найбільшими платформами для спілкування аудиторії, заміни яким на даний момент не існує.

Така особливість даного інформаційного ресурсу сприяла тому, що він став полігоном для розгортання та ведення інформаційних війн.

Особливої актуальності дане питання набуло після повномасштабного вторгнення Росії на територію України.

Країна-агресор використовує платформу соціальних мереж з метою реалізації своїх геополітичних інтересів.

Використовуючи соціальні мережі, Російська Федерація намагається знецінити Україну на міжнародній арені. Вона формує стереотип меншовартості та вторинності українців, постійно говорячи про дестабілізацію всередині держави.

Водночас соціальні мережі використовуються для проведення інформаційних акцій та компаній в середині України для нав'язування українцям нарративу щодо «братнього народу», «нелегітимної київської влади», «бандерівщини». Тобто здійснює негативний інформаційно-психологічний тиск на свідомість суспільства в цілому і громадян України зокрема через соціальні медіа ресурси, адже на даних інтернет-платформах поширюється та обговорюється будь-яка інформація, яка може бути як достовірною, так і фейковою.

Застосування соціальних мереж у російсько-українському конфлікті активного розвитку набули з 2014 року. Тоді в рамках гібридного протистояння Російська Федерація активно поширювала фейки та викривляла інформацію щодо ситуації на Донбасі.

Наприклад, під час аналізу 950 тисяч твітів після збиття росіянами малайзійського Боїнга МН17 було виявлено безліч випадків маніпуляції інформацією, що ускладнювало роботу з розслідування злочину.

Філіп Брідлав, колишній Верховний головнокомандувач Об'єднаних збройних сил НАТО в Європі, назвав інформаційну кампанію РФ у 2014 році «найбільш вражаючим інформаційним блицкригом, що можна було спостерігати за всю історію інформаційних війн». [70]

Соціальні мережі є найкращим місцем для розповсюдження пропаганди, оскільки подану інформацію не завжди є можливість перевірити на достовірність.

Досить ефективними були і прояви цифрової дипломатії з боку українських урядовців в соціальних мережах.

Так, Міністерство цифрової трансформації за допомогою соціальних мереж створили зв'язок із важливими закордоном діячами. Наприклад, міністр цифрової дипломатії М. Федоров через соціальні мережі звернувся до очільників численних технологічних компаній: до китайської компанії DJI Global, яка виробляє дрони, з проханням заблокувати їхній софт для використання росіянами; до компанії Apple обмежити росіянам доступ до своєї продукції; до Ілона Маска за високоточними технологіями, що виробляє SpaceX. [90]

Ще одним важливим проявом цифрової дипломатії України та взаємодії політиків із соціальними мережами можна вважати відеозвернення, наприклад, Володимира Зеленського.

У контексті подій повномасштабної російсько-української війни не можна не відзначити пересічних громадян в ефективності українських інформаційних кампаній. Українці об'єдналися як задля проведення DDOS-атак на російські сервіси, так і для розповсюдження реалій повномасштабної війни на західну аудиторію, зокрема через використання спеціалізованих гештегів, таких як #StandwithUkraine [69]

Україна ж використовує соціальні мережі також як інструмент розвінчування «фейків» та викриття злочинів армії агресора, публікуючи повідомлення з хештегами: #Bucha; #BuchaMassacre; #russiaisaterroriststate.

У такий спосіб українська держава намагалася привернути увагу міжнародної спільноти щодо жорстоких злочинів проти мирного населення та наголошувала на необхідності підтримки України на міжнародній арені, наданні економічної, гуманітарної, військової допомоги, реалізовувала зовнішню політику у відстоюванні своїх національних геополітичних інтересів. [23]

Зокрема, хештег #Slava Ukraini зайняв лідируючі позиції у світових трендах Twitter, нарахувавши 74,4 тисячі повідомлень, що стало результатом оприлюднення у соціальних мережах відео з жорстоким розстрілом українського неозброєного військового, якого росіяни вбили після слів: «Слава Україні!», продемонструвавши ще раз світовій спільноті справжній образ української держави.

Соціальні мережі активно використовуються за для формування та підтримки іміджу держави на міжнародній арені. Наприклад, 24 лютого 2023 р. у рамках реалізації іміджевої кампанії було запущено міжнародну комунікаційну кампанію #WhatWeAreFightingFor, мета якої пояснити світовій аудиторії, що Україна на полі бою відстоює не лише свою територіальну цілісність, а й глобальний мир, свободу та майбутнє всього світу. У рамках даної програми кожен громадянин України мав можливість поділитися своїми причинами та мотивацією для цієї боротьби.

Це унікальний спецпроект на платформі UKRAINE.UA, який представляє особливість кожного регіону України у боротьбі за державну цілісність, демократію, свою історичну спадщину та культуру, мову та можливість самостійно обирати своє майбутнє.

UKRAINE.UA – це екосистема офіційних цифрових платформ України для комунікації та взаємодії з міжнародною аудиторією, що реалізується в рамках публічної дипломатії Міністерством закордонних справ України.



Дана платформа об'єднує офіційний сайт України та її сторінки в соціальних мережах, зокрема таких як: Facebook, Instagram, Spotify, LinkedIn, TikTok, Twitter, YouTube з постійною аудиторією понад 2 мільйони користувачів.

У рамках ведення інформаційної політики щодо захисту українського інформаційного поля від засилля пропагандистської та «фейкової» інформації Центром протидії дезінформації Ради національної безпеки і оборони України було створено його представництво на сторінках соціальних мереж: Facebook, Instagram, Viber, YouTube, метою яких є реалізація Стратегії національної безпеки України у боротьбі з гібридними загрозами з боку Росії та її союзників.

На інтернет-сторінках Центру здійснюється протидія внутрішнім та зовнішнім інформаційним загрозам, оприлюднюється ворожа пропаганда, елементи маніпулювання громадською свідомістю, використання «фейків» та водночас проводиться робота щодо формування медіа-грамотності населення держави.

Центр забезпечує координацію між державними органами, медіаспільнотою та громадянським суспільством і є не лише українським, але й міжнародним хабом протидії дезінформації.

Основною метою використання соціальних мереж як інструменту цифрової дипломатії, насамперед, є забезпечення внутрішньої стабільності та безпеки, а також просування власного зовнішньополітичного курсу. Окрім того, також соціальні мережі, завдяки своїм особливостям, надають можливість протистояти новим викликам для цифрової дипломатії на тлі останніх суспільно-політичних та суспільно-економічних подій:

- інтерпретація та розуміння справжніх намірів та установок інших сторін у форматі обговорення на відеоконференціях чи на сторінках у соціальних мережах (серйозної ваги це питання набуває, коли обговорюється тема врегулювання конфліктних ситуацій та визначення характеру відповідальності за прийняття того чи іншого зовнішньополітичного рішення);

- персоналізація спілкування (обмеження викликані, зокрема, неможливістю проведення неформальних бесід у рамках традиційних дипломатичних майданчиків та звуженням простору для здійснення дипломатичних маневрів);

- робота з базами даних та інформацією (розширення можливостей отримання несанкціонованого доступу до конфіденційної документації та зламування системних сховищ, що в принципі є складним завданням, але аж ніяк не неможливим);

- формулювання зовнішньополітичних пріоритетів (фокусування на обліку національних цілей та завдань на рівні місцевих спільнот);

- значення та роль державного регулювання (посилення залучення державних інститутів у ключові процеси суспільного життя);

- забезпечення стійкості та солідарності (необхідність переформулювання механізмів та способів продукування суспільної довіри та життєздатності цінностей) [36; с.60]

Саме висвітлення через соціальні мережі супротиву України повномасштабному російському вторгненню продемонструвало всьому світу сміливість та хоробрість українського народу як його особливий генетичний стереотип, відмінний тому, що продукувався проросійськими масовими комунікаціями.

Використання інформаційних технологій для встановлення діалогу зі світовою громадськістю продемонструвало ефективність використання соціальних мереж як інструментів цифрової дипломатії України у світі.

Таким чином, світові процеси мають вирішальне значення для міжнародних відносин, а складність подій змушує виробляти нові форми взаємодії та співробітництва держав.

Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій призводить до підвищення ролі соціальних мереж, які сьогодні є альтернативою традиційним засобам комунікації для отримання, поширення та обміну інформації.

За допомогою соціальних мереж політичні і дипломатичні еліти отримали змогу прямого спілкування з населенням, об'єднання співучасників політичного життя [8].

Використання потенціалу соціальних мереж як інструменту цифрової дипломатії сприяє формуванню нових можливостей інформаційного сектору для економіки, безпеки і державного управління. Водночас слабким місцем залишається загроза «витоку» інформації, що потребує певних засобів забезпечення її захисту. У той же час такий вид комунікації відкриває нові можливості для обміну інформацією в режимі реального часу, що максимально прискорює зовнішньополітичну діяльність.

Незважаючи на постійні зміни, що відбуваються у світі, основним завданням дипломатії залишається захист та просування інтересів своєї країни усіма засобами. Вона, перш за все, базується саме на традиціях та усталених правилах. Досягнення науково-технічного прогресу спочатку не викликали довіри у дипломатів «старої школи».

Звісно, цифрові технології не можуть повністю замінити вироблені століттями засади дипломатії, але їх адаптація під її цілі та функції позитивно впливає на шляхи реалізації основних завдань дипломатичної діяльності, підвищує ефективність її результатів і рівень відкритості та прозорості. [47]

### **3.2. Особливості Twitter-дипломатії**

У XXI столітті, завдяки популяризації інтернету та появі таких соціальних мереж, як LinkedIn, Facebook та YouTube, що стрімко почали привертати увагу користувачів з усіх куточків світу, цифрова дипломатія з далекої перспективи перетворилася на нову реальність.

У 2007 році в соціальній мережі з елементами віртуального світу Second Life з'явилися віртуальні посольства Мальдів і Швеції, що стали першою подібного роду ініціативою. Та по-справжньому розкрити потенціал

цифрової дипломатії дозволила поява у 2006 році такої соціальної мережі, як Twitter.

Twitter – найбільший мікроблоговий он-лайн сервіс та третя за величиною соціальна мережа (після Facebook та YouTube), що була створена командою американських програмістів на чолі з Джеком Дорсі в 2006 р.

Ця мережа розвивалася рекордно швидкими темпами і вже в січні 2014 р. налічувала 560 млн. зареєстрованих користувачів, які створювали 340 млн. взаємодій в день і більше 1,6 млрд. запитів пошуку в день.

Twitter відрізняється тим, що дозволяє відправляти короткі текстові повідомлення, так звані «твіти» (tweets), які відображаються на головній сторінці користувача. Користувачі можуть підписатися на «твіти» інших користувачів, і ця дія називається «фоловити» (Follow), а користувачів називають – «фоловерами» (Followers) та «підписниками».

Повідомлення можуть бути як публічними, так і можуть поширюватися обмежено, з'являючись у стрічці лише кількох фоловерів. Кількість користувачів Twitter вказує, що ця соціальна мережа є лідером в сфері мікроблогів.

Дипломати та лідери держав вподобали формат коротких дописів, що пропонує сайт, адже він надає можливість за лічені секунди поділитися новинами зі світової політичної арени висловити власне бачення подій, а також вибудувати канал комунікацій із громадянами своєї країни та міжнародною громадськістю.

Як і будь-яка соціальна мережа, Twitter диктує певні умови її використання. Twitter – це платформа для обміну текстовими повідомленнями, максимальний розмір яких впродовж 11 років становив 140 символів. У 2017 р. розмір твітів було збільшено вдвічі, і сьогодні він дорівнює 280 символам. Проте у версіях японською, корейською та китайською мовами залишиться обмеження в 140 знаків.

Один із засновників Twitter Біз Стоун зазначив, що причина збільшення кількості символів повідомлення полягає у тому, що раніше 19% твітів англійською мовою перевищували ліміт в 140 знаків, через що користувач

витрачав багато часу на редагування, а іноді навіть відмовлявся від публікації твіту.

Генеральний менеджер Twitter Алізе Розен підсумувала те, що з новим лімітом всього 1% твітів англійською перевищив ліміт у 280 символів, а користувачі, які використовували в повідомленнях всі 280 символів, отримували більше лайків, ретвітів та фоловерів. [18]

Twitter – це оптимальний інструмент, який використовується, щоб коментувати події, які відбуваються в реальному житті, поширювати важливі повідомлення; він також служить для обміну думками, проведення інтерв'ю (у тому числі й у прямому ефірі за допомогою сервісу, пов'язаного з «twitcam» – технологією livestream) [20]

Це призвело до появи твітер-дипломатії, яка є поєднанням традиційної і цифрової комунікації та слугує своєрідним онлайн-форумом для обміну думками між політиками та громадянами.

Науковці між термінами «цифрова дипломатія» і «twitter-дипломатія» часто ставлять знак рівності. Так, журналістка Єва Гардер вважає, що серед всіх соціальних мереж в світі саме Twitter є найбільш розповсюдженим в країнах Європи і США. Вона стверджує, що Twitter розробляє новий метод управління зовнішньополітичними зносинами між країнами. [48]

Маттіас Люфкенс, вивчаючи дипломатію в соціальних мережах, запропонував ввести термін «твіттер-дипломатія» для характеристики її використання главами держав, керівниками міжнародних урядових організацій та дипломатами для зближення позицій з міжнародних питань. [48]

Девід Кемерон, колишній прем'єр-міністр Великої Британії, так прокоментував початок використання соціальної мережі Twitter, як дипломатичного інструменту: «Багато хто каже, що люди ... не цікавляться політикою ... Я думаю, це тому, що це все було ... «згори» ... Зараз, надаючи громадянам доступ до інформації через Twitter та Facebook, ми запрошуємо їх до участі у політичному житті країни... Як правило, якщо уряд хоче співпрацювати

з людьми, нам потрібно буде вкладати мільйони фунтів у наш власний веб-сайт, а за допомогою Twitter ми отримуємо громадські консультації безкоштовно» [93]

Twitter-дипломатія поєднує в собі різноманітні підходи до роботи, тому в стрічці соціальної мережі нейтральні оголошення офіційних сторінок дипломатичних представництв про графік прийому громадян з консульських питань є сусідами з образними, найчастіше провокаційними висловлюваннями політичних діячів.

Крім тексту та посилань, у твіті можуть бути присутніми до чотирьох зображень або форма для проведення опитування з варіантами відповіді, відеозапис.

Імплементуючи власну політику в середовище Twitter, міністерства закордонних справ, консульства, дипломатичні представництва, міністри закордонних справ, а особливо голови держав мають змогу розширити межі свого спілкування і дізнатись більше про думку та настрої громадянського суспільства.

Таким чином, фактично стираються кордони в спілкуванні з громадськістю, як власної країни, так і за кордоном.

Першою країною, яка перенесла дипломатичну сферу діяльності у Twitter площину була Швеція.

У 2011 році її уряд створив національний проект для популяризації іміджу країни, використовуючи Twitter (@Sweden). Концепція проекту полягала в тому, що рандомно обраному громадянину Швеції щотижня надавався доступ до облікового запису @Sweden і ці особи отримували право твітувати те, що вони вважали за потрібне, та коли вважали за потрібне [76].

Стрімке зростання присутності кількості політиків в соціальній мережі Twitter пояснюється декількома факторами:

- популярна мережа мікроблогів не дозволяє журналістам спотворювати слова політиків, оскільки будь-який бажаючий може перевірити точність цитування (саме до цієї преференції апелював Дональд Трамп, пояснюючи свою «про-Twitter» позицію);

- Twitter передає інформацію швидше, ніж традиційні ЗМІ: будь-який актуальний твіт, тільки з'явившись на сторінці мережі, може стати джерелом новин традиційних ЗМІ;

- Twitter користувачі всього за один клік можуть стати «друзями» президентів, будучи не знайомими з ними особисто, і напряму задати їм питання, що дозволяє політикам вибудовувати горизонтальну комунікацію з громадянами.

Крім того, фоловери політичних лідерів за допомогою ретвітів, самі поширюють контент, що публікується політиками, збільшуючи їх присутність в самій соцмережі, в інтернеті і в засобах масової інформації, які нерідко публікують найбільш значущі повідомлення президентів [20].

Визначаючи особливості зовнішньополітичного дискурсу в рамках Twitter мережі доцільно вказати, що використання соціальної мережі Twitter представниками владної верхівки та державних структур, громадськості зумовлює виникнення відповідної комунікативної ситуації.

Політичний медіа дискурс в Twitter – це комунікативний процес, що розвивається в рамках платформи Twitter та спрямований на досягнення певної мети: просування ідеології, установки, іміджу.

Як і кожна комунікативна платформа, соціальна мережа Twitter диктує свої умови використання та створює певні рамки спілкування між користувачами.

Науковці виділяють особливості дипломатичного медіа дискурсу у мережі Twitter:

- ідеологічність (ideological aspect). Twitter став прямим засобом спілкування політиків та їх аудиторії «без посередників», від першої особи. У Twitter-площині, політики (або їх представники) здійснюють прямий контакт з виборцями, з індивідами, демонструють процес прийняття рішень, що стосуються суспільного і політичного життя, формуючи громадську думку щодо тієї чи іншої позиції чи ідеологічної платформи політика загалом;

- інформативність (informative aspect). Політичний медіадискурс Twitter є поясненням і оцінкою дій політиків, політичних партій, законів, правових актів і т.д.

- інтенціональність (intentional aspect). Політичний дискурс у Twitter мережі часто має маніпулятивні характеристики. Метою комунікації є захоплення, збереження і зміцнення влади над суспільною свідомістю мас, тобто вплив, спрямований на формування громадської думки. Політичний медіа дискурс Twitter – комунікативне явище, а будь-яка комунікація – це цілеспрямований вплив. Комунікація в політичній сфері Twitter цілеспрямована, і впливає на аудиторію з певною метою. Наприклад, навіть віддалені від політики індивіди (артисти, актори, підприємці і т.д.) при певному політичному завданні починають впливати на формування громадської думки;

- мас-медіа-орієнтованість (massmedia-orientation). Громадська суспільна думка стає засобом здобуття, реалізації та утримання політичної влади. Наприклад, політичний акаунт Б. Обами (@BarackObama), апелюючи до поняття «friend» («друг»), прагне завоювати виборців, чим більше таких «друзів», тим вищі шанси на перемогу політика.

- національно-культурна специфіка (national-cultural specificity). Специфіка англomовного Twitter відрізняється від українськомовного, і це обумовлено не тільки відмінностями у мовах, але і конкретними життєвими умовами. Змістове повідомлення у соціальній мережі Twitter є культурним продуктом і водночас, одиницею, яка презентує та поширює певну культуру. Те, що є своєрідною цінністю в одному суспільстві, може викликати неприйняття в іншому суспільстві і бути неприпустимим для публічного обговорення.

- суб'єктивність (subjectivity). Політичний дискурс Twitter носить суб'єктивний характер: вся інформація, події та факти подаються читачам у вигляді суб'єктивних інтерпретацій. Twitter є зручним і комфортним майданчиком для маніпулювання інформацією в необхідному для адресанта напрямку.



- поліфонічність (polyphony). Для дипломатичного Twitter дискурсу характерним є поліфонічність спілкування, яка передбачає демократичний стиль спілкування (довірлива атмосфера, плюралізм думок і т.д.). Політичні акаунти «відкриті» для спілкування в онлайн-режимі для всіх фоловерів (послідовників) твіттер-акаунта. Одне повідомлення спонукає необмежену кількість комунікативних дій (коментарів, ретвітів і т.д.) [20].

У розвитку українського Twitter є два особливі роки - 2014-й та 2022-й роки. Це роки Революції Гідності, початку російсько-української війни та повномасштабного вторгнення. Саме тоді було створено більшість акаунтів, бо виникла гостра потреба захищати державність.

Для західної аудиторії Twitter часто є першоджерелом новин. Тому саме ці роки, коли Україна була в центрі уваги міжнародних засобів масової комунікації та дипломатів, стали ідеальними для народних депутатів, щоб розвивати свої соцмережі.

Рух «ЧЕСНО» у період 01.01.2023-07.04.2023 провело дослідження української дипломатії на платформі Twitter.

Для формування рейтингу були виділені чотири критерії:

- кількість підписників,
- середні охоплення,
- відсоток англомовних дописів
- кількість згадок за досліджуваний період.

У кожній категорії акаунти отримували від 15 до 0 балів, де 15 - найбільш позитивний показник. Кінцевий рейтинг був сформований за сумою балів за цими категоріями

Найбільший акаунт серед нинішніх депутатів був створений саме у 2014 році. Це сторінка Петра Порошенка, який тоді був президентом України. Від самого початку Порошенко орієнтувався на українську аудиторію, а пік зацікавленості його сторінкою за кордоном припав на лютий 2022 року. Нині він має понад мільйон підписників.

Для порівняння, на теперішнього президента України Володимира Зеленського, який створив свій акаунт у 2019 році, нині підписано сім мільйонів читачів. Це найпопулярніший Twitter-профіль в Україні.

Другий за розміром акаунт з-поміж народних депутатів належить Лесі Василенко («Голос»). Але для українського політика майже 340 000 читачів у Twitter - це дуже багато. Так Василенко ефективно поєднує офлайн- і онлайн-дипломатію, оскільки вона входить до складу делегації в ПАРЄ.

Twitter з початку повномасштабного вторгнення став платформою для закликів підтримувати Україну, в тому числі зброєю. Це також місце, де часто першими з'являються новини для іноземної аудиторії. Важливо розуміти, про що пишуть посадовці, адже часто це має прямий вплив на настрої суспільства в Україні та за кордоном.

Найбільше депутати пишуть про війну та російські воєнні злочини. Таким історіям присвячено найбільше твітів Лесі Василенко. Депутатка багато розповідає про жертв російських атак, в основному цивільних людей.

Натомість Кіра Рудик значно більше фокусується на закликах надати Україні зброю та подяках міжнародним партнерам за їхню допомогу. Особливо багато у 2023 році вона говорила про Тайвань - три з п'яти її найпопулярніших дописів присвячені цій країні.

Петро Порошенко використовує Twitter інакше - його значно більше цікавить українська аудиторія. Лише 10% його твітів англомовні, переважно це подяки партнерам. Навіть підписаний він українською, на відміну від колег. Теми дописів також відрізняються. Найбільше він говорить про допомогу армії, а також цитує власні заяви та інтерв'ю.

Дипломатичну роль відіграє також Twitter Інни Совсун, більшість дописів - це подяки за міжнародну допомогу або заклики її надати. Українською вона пише мало, а основна тема - це законопроект про реєстровані партнерства.

Олексій Гончаренко має два явні фокуси у Twitter - персональний бренд і російська пропаганда. Найпопулярніший його пост - це історія про те, що він подарував американській конгресвумен Ненсі Пелосі блакитно-жовтий браслет.

Це типовий допис для сторінки Гончаренка - розповідь про його зустріч, статтю чи промову.

Попри засилля ботів, проблемні алгоритми та політики, Twitter лишається потужною платформою з аудиторією, яка цікавиться політикою загалом та Україною конкретно. Тому нардепи та лідери думок мають посилено боротися за нашу якісну присутність у цій соцмережі.

### **3.3. Особливості здійснення цифрової дипломатії України в умовах війни**

Використання можливостей цифрової дипломатії в роботі Міністерства закордонних справ України до 2014 р. мало епізодичний характер.

У 2010 р. було створено в соціальній мережі Facebook офіційну сторінку Міністерства закордонних справ; у 2011 р. К. Грищенко, очільник МЗС України, створив свій акаунт на платформі Twitter, зазначивши: «Я не одразу зрозумів переваги соціальних мереж, але згодом побачив їхній потужний потенціал. Веду саме Твітер, тому що хочу робити це сам, і така мала форма в 140 знаків є для мене оптимальною з огляду на брак часу» [31].

Пізніше науковці стверджували, що саме створення Twitter-сторінки К. Грищенка заклало фундамент української цифрової дипломатії [9]

Період 2010-2014 р.р. характеризується поодинокими випадками реєстрації українських публічних осіб чи навіть установ у соціальних мережах, які є основним інструментом цифрової дипломатії, але досить часто активність таких акаунтів була дуже низькою.

Якщо ж деякі сторінки в соціальних мережах і велися регулярно, їх діяльність не була спрямована на успішну двосторонню комунікацію з аудиторією, оскільки, соціальні мережі сприймалися як «незрозумілий модний тренд, а рефлексія на відгуки підписників і залучення аудиторії – своєрідний філософський камінь для алхіміків цифрової дипломатії – взагалі не розглядалися як окремий напрям роботи». [61; с. 142]

Міністерство закордонних справ України використовувало соціальні мережі як ретранслятор виконаної роботи – «перебіг зустрічей, «порожні» й приправлені канцеляризмами заяви, накази тощо. До того ж сторінки в соціальних мережах велись переважно українською мовою, що відсікало доступ іноземців до публікованої інформації» [61; с. 142]

Поштовхом для розвитку цифрової дипломатії України стала агресія Російської Федерації і необхідність відповідати на інформаційні атаки, використовуючи інструменти інформаційно-комунікаційних технологій.

Науковці визначають 2014-2016 роки як новий етап розвитку української цифрової дипломатії, коли за короткий проміжок часу цифрова дипломатія пройшла кілька важливих етапів від використання інструментів пропаганди і контрпропаганди до просування позитивної риторики про Україну, формуючи та пропагуючи її імідж на міжнародній арені, та посилюючи присутність українського контенту в медійному полі закордонної аудиторії. [61; с. 142]

Реалізація цифрової дипломатії здійснювалася у декількох аспектах:

- на законодавчому рівні – у Доктрину інформаційної безпеки України було введено поняття цифрової дипломатії, а серед пріоритетів державної політики визначено розвиток публічної дипломатії, зокрема культурної та цифрової, для формування позитивного іміджу України на міжнародній арені з використанням інформаційних технологій; [19 ]

- на інституційному рівні – утвердження концепції цифрової дипломатії в роботі Міністерства закордонних справ України сприяло створенню в його структурі Управління публічної дипломатії, яке у 2020 р. було реорганізовано в Департамент публічної дипломатії, завданням якого був ребрендинг соціальних мереж Міністерства та реєстрація усіх посольств України в соціальних мережах, за для створення в Україні професійної дипломатичної служби за найкращими світовими зразками [7];

- встановлення комунікаційного зв'язку з потенційною аудиторією – тогочасна гібридна війна з Російською Федерацією сприяла виробленню

адекватних відповідей на інформаційні загрози: посилення позицій України в міжнародному інформаційному просторі; активність українських дипломатичних установ, проведення інформаційних онлайн-кампаній та здійснення впливу на іноземну аудиторію в національних інтересах України.

Використання інструментів цифрової дипломатії насамперед спрямоване на реалізацію основних напрямів зовнішньополітичної діяльності України задля захисту національних інтересів та забезпечення безпеки держави. Ці напрями були визначені у «Стратегії зовнішньополітичної діяльності України». Основна мета стратегії – безпека і процвітання України. [54].

У цей період Міністерством закордонних справ України були проведені потужні інформаційні кампанії #RussiaInvadedUkraine, #StopFake, #LetMyPeopleGo, #CrimeIsUkraine, спрямовані на привернення увагу спільноти (як внутрішньої, так і зовнішньої) до територіальної незалежності України, анексії Криму та російської агресії на Сході України. Як результат кількість підписників збільшилася у рази: 2013 р. – 760; 2018 р. – 82 621; 2021 р. – 98 230.

Загострення епідеміологічної ситуації у світі у зв'язку з поширенням коронавірусу значно актуалізувало потенціал цифрової дипломатії. Вперше в історії світової дипломатичної практики віртуальні платформи стали єдиним місцем для зустрічі дипломатів, політиків і державних діячів, перетворюючи інструментарій цифрової дипломатії з допоміжного на ключовий у питаннях міжнародної взаємодії. Як зазначає заступник директора Дипломатичної академії України ім. Геннадія Удовенка Є. Габер, «пандемія продемонструвала, що за бажання значну частину міжнародних відносин можна легко перевести в «цифровий» формат» [52].

Повномасштабна збройна агресія Росії ще більше активізувала публічну дипломатію України, яка, попри всі складнощі воєнного часу, акумулювала ресурси й була позначена надзвичайною активністю.

Указом Президента України №344/2022 «Про невідкладні заходи щодо об'єднання зусиль для підтримки України» визначено завдання щодо підвищення рівня обізнаності міжнародної спільноти про Україну. У цьому

контексті, Указ акцентує на необхідності прискорення інтеграції України в міжнародний цифровий простір. Для досягнення цієї мети передбачається створення нової мультимедійної платформи, державного іномовлення під назвою «UNITED 24». Платформа спрямована на забезпечення щоденного інформування міжнародної спільноти про реальний стан безпекової ситуації та події, що відбуваються в Україні. Крім того, платформа також має на меті протидію російській пропаганді. Це дозволить підвищити обізнаність світу щодо України та зміцнити підтримку країни у боротьбі за свою незалежність, територіальну цілісність та суверенітет [53].

У 2022 році основна діяльність була спрямована на посилення підтримки України у світі шляхом «широкого інформування громадськості за кордоном про російські злочини, з одного боку, та стійкість українців, з іншого, на протидію проросійським наративам та колоніальної парадигми розуміння України, а також на подальшу популяризацію України у світі через реалізацію цифрової дипломатії» [56].

Російську-українську війну науковці вважають першою повномасштабною кібервійною, оскільки її перебіг розгортався на екранах смартфонів, охопивши військовими діями не лише певні території чи повітряний простір, а й вдаючись до різного роду хакерських атак. Тобто сучасна війна стала інтегрованою в онлайн простір. [57]

Дослідження компанії Ipsos у квітні 2022 р. показало, що 70% опитаної аудиторії з 27 країн світу слідкує за подіями в Україні; 61% вважають, що це становить значний ризик для їхньої країни. Більшість аудиторії у кожній з опитаних країн підтримують прийом українських біженців (72% у Сполучених Штатах) і погоджуються, що їхній країні слід уникати військового втягування в конфлікт (65% у США). Опитування було проведено серед 19 000 дорослих віком до 75 років у період з 25 березня по 3 квітня 2022 р. на онлайн-платформі Ipsos Global Advisor. [59]

Російська агресія 2022 року не є першою війною, що розпочалася під час епохи інтернету, однак вона є наймасовішою за охопленням у соціальних

мережах, оскільки онлайн-комунікації в Україні є значно доступніші, ніж в інших гарячих точках сучасності. Наприклад, під час бомбардувань Сирії у 2015 році лише 30% населення мали доступ до інтернету, а на момент виведення американського контингенту з Афганістану соціальними мережами користувалися лише 20% афганців.

В Україні, за даними Міжнародної спілки електрозв'язку, 75% громадян мають змогу комунікувати зі світом онлайн. За даними дослідницької кампанії Kerios, у 2014 році лише 4% українців мали доступ до 3G мережі, натомість зараз високошвидкісний інтернет доступний більш ніж 80% громадян. Крім того, якщо у 2014 р. лише 14% мешканців України мали смартфони, то в 2022 р. це число становить приблизно 70%.[59]

У Стратегії публічної дипломатії України 2021 року цифрова дипломатія визнана одним із семи пріоритетних напрямків роботи Міністерства закордонних справ у цій галузі в період із 2021 по 2025 р.р. Так, цифрова дипломатія слугує прекрасним засобом для просування різних іміджевих ініціатив на рівні країни – від посилення присутності в міжнародному інформаційному полі до популяризації національних культурних продуктів на світовій арені. У цьому контексті варто зазначити, що медіаактивність посольства істотно впливає на сприйняття держави громадянами, політичними і діловими колами країни перебування.

Відповідно до «Стратегії публічної дипломатії Міністерства закордонних справ» вимірами роботи суб'єктів публічної дипломатії у сфері цифрової дипломатії є:

- взаємодія з міжнародними цифровими платформами для просування позитивного іміджу України у світі та захисту національної безпеки;
- використання цифрових інструментів для організації заходів і проєктів публічної дипломатії;

- використання потенціалу соціальних мереж та взаємодія з онлайнспільнотами для формування позитивного іміджу України та просування інтересів України у світі [65, с. 15].

Соціальні мережі закордонних дипломатичних установ країни відіграють важливу роль у реалізації окреслених іміджевих ініціатив, адже вони вже акумулювали навколо себе певну аудиторію і потребують лише якісного контенту.

Окремо варто виділити Міністерство цифрової трансформації України. Розроблений Міністерством мобільний застосунок та вебдодаток «Дія» став брендом цифрової держави та вважається повноцінним елементом дипломатії України [63; с.15]. Окрім цього Міністерство цифрової трансформації ініціювало запуск ІТ-армії України з метою нейтралізації росії в інформаційному та кіберпросторі, а також ефективної протидії поширенню дезінформації з боку росії. Ця спільнота об'єднує ІТ-спеціалістів та фахівців у сфері цифрового розвитку та диджиталізації з усього світу [92].

Український науковець І. Дерев'яноко зауважує: «Цифрова революція, зростання кількості недержавних суб'єктів, глобальні виклики, економічна взаємозалежність та сила громадської думки змінили дипломатичний ландшафт» [16; с. 44]

Так, з 2014 року український уряд та громадськість використовує цифрову дипломатію як інструмент інформаційного спротиву. Та після 24 лютого 2022 року цей вектор діяльності почав функціонувати ще активніше, в поєднанні з численними заходами конвенційного дипломатичного, військового, економічного та культурного характеру, є дієвим інструментом впливу на світову спільноту.

В умовах воєнного стану, пріоритетним завданням національної безпеки є реалізація єдиної інформаційної політики. Цього було досягнуто шляхом об'єднання загальнонаціональних телеканалів та створення єдиної інформаційної платформи стратегічної комунікації – цілодобового інформаційного марафону «Єдині новини #UАразом» [54].



З метою підтримки України засоби масової комунікації Польщі, Болгарії, Румунії, Словенії, Чехії та Франції через свої стримінгові сервіси в інтернеті розпочали ретрансляцію марафону. Однак, інформаційні передачі ведуться винятково українською мовою, що робить їх недоступними для широкої іноземної аудиторії.

Попри домінуючий державний компонент у реалізації цифрової дипломатії, не пов'язані з державою прибуткові та неприбуткові організації ще задовго до часів концептуалізації напрямку цифрової дипломатії помітно впливають на розвиток діалогу між народами та формування іміджу держави.

Громадська організація «Brand Ukraine» працює над підтримкою та розвитком сильного і стійкого бренду України на міжнародній арені. Організація об'єднує експертів та професіоналів з міжнародних проєктів і комунікацій з метою сприяння позитивному іміджу країни та взаємодії з іноземними аудиторіями за допомогою lovemark-проєктів та кампаній, цифрових рішень, аналітичних продуктів та досліджень.

Один із ключових проєктів, реалізованих командою, – «Ukraine.ua». Проєкт об'єднує офіційний вебсайт України та її сторінки в соціальних мережах з метою комунікації та взаємодії з іноземцями. «Ukraine.ua» розвивається спільно з Міністерством закордонних справ України.

Під час повномасштабної війни організація також запустила інформаційну платформу war.ukraine.ua, щоб оперативно висвітлювати перебіг подій в Україні. Однією з ключових цілей сайту є створення верифікованого ресурсу для іноземної аудиторії, який дозволить їм отримувати перевірену інформацію [7].

Громадська організація «Інтерньюз-Україна», яка працює в напрямках розвитку медіа, стратегічних комунікацій, інформаційної безпеки, створила багатомовну мультимедійну платформу про Україну «UkraineWorld». Команда проєкту створює статті, подкасти, відеопояснення, звіти, аналітичні матеріали та книги про Україну метою висвітлення найважливіших подій у країні та навколо неї, а також протидії антизахідній пропаганді та дезінформації [83].

Діаспора також грає важливу роль у просуванні інтересів України на глобальному рівні. Українські лідери-експанти створили міжнародну мережу «Global Ukraine», що об'єднує проактивних громадян світу, з метою зміцнення іміджу країни та її представництву за межами національних кордонів [83].

Зважаючи на ці фактори, цифрова дипломатія набуває великого значення для позиціонування інтересів України в умовах повномасштабної російської агресії, основне її завдання полягає у розробці та реалізації конкретних цілей та завдань, орієнтованих на довгострокову перспективу.

Розробка стратегії розвитку цифрової дипломатії України має супроводжуватися напрацюванням та посиленням використання стратегічних комунікацій. Успішна розробка і реалізація цифрової дипломатії вимагає високого рівня залучення до напряму представників усіх секторів економіки: державного, приватного та некомерційного. Ключові суб'єкти цифрової дипломатії зазвичай здійснюють її на базі урядових і неурядових структур, а також співпрацюють з широким спектром інших незалежних учасників міжнародної комунікації, активна роль яких в умовах війни постійно зростає.

## **ВИСНОВКИ**

У зв'язку з глобалізаційними процесами, що спричинили бурхливий розвиток інформаційних технологій та засобів масової комунікації, можна виділити ще один інструмент публічної дипломатії – цифрову дипломатію.

Сутність «цифрової дипломатії» полягає у використанні методів, технологій та інструментів «м'якого» ідеологічного впливу на світову громадськість шляхом ефективного використання інформаційно-комунікаційних технологій для реалізації цілей та стратегій держави. Саме тому,

враховуючи тенденції розвитку інформаційного простору, провідні держави світу наразі приділяють значну увагу створенню та функціонуванню соціальних мереж, а також представлення там як сторінок органів влади, так і сторінок окремих політиків та державних діячів.

Варто зазначити, що сучасні інформаційні технології не лише призвели до трансформації культурнополітичного та ідеологічного розвитку держав на міжнародному та внутрішньополітичному рівнях, безпрецедентного зростання ступеня відкритості дипломатично-інформаційних джерел, але й також до істотного розширення сфери діяльності транснаціональних акторів міжнародних відносин (міжурядових та міжнародних неурядових організацій, транснаціональних корпорацій, засобів масової інформації та комунікації, тощо) та виходу цієї діяльності у виміри світового та національного віртуально-інформаційного простору.

Теорія цифрової дипломатії як складова політичної культури почала формуватися наприкінці ХХ століття. Саме в цей час світова спільнота усвідомила важливість імплементації нових ефективних методів дипломатії, які виходили б за межі офіційних політичних інститутів.

Сьогодні дипломатія, яка містить в собі елементи інтернет-активності з використанням електронних девайсів має ряд визначень: цифрова дипломатія, електронна дипломатія, е-дипломатія, дипломатія соціальних мереж тощо

Проаналізувавши сутність цифрової дипломатії, можна виділити напрямки, де вона може стати ефективним ресурсом: по-перше, в галузі управління інформацією, по-друге, така дипломатія дозволяє здійснювати аналіз колосального обсягу інформації для використання у політичних прогнозах і стратегічному плануванні.

Основним інструментом здійснення цифрової дипломатії є соціальні мережі. Їх потенціалом є те, що власники аккаунтів одночасно стають постачальниками, споживачами та розповсюджувачами інформації.

Twitter-дипломатія створює сприятливе політичне середовище для просування національних інтересів, дослідження громадської думки та вирішення суспільних проблем шляхом роботи з цільовими групами.

Цифровізація дипломатії, зокрема в умовах повномасштабного вторгнення РФ в Україну має як позитивні, так і негативні сторони.

Стосовно переваг: по-перше, використання українцями онлайн-технологій і західних соцмереж сприяє зростанню української присутності у світовому медіапросторі. У такий спосіб можна підтримати існування альтернативної російським ЗМІ та ботам точки зору.

По-друге, широка активність як офіційних облич українського уряду, так і пересічних громадян в інтернеті, змушує світову громадськість співпереживати українському горю й активізувати підтримку держави.

По-третє, за допомогою цифрової дипломатії Україна має змогу поширювати національні меседжі назовні та бути учасницею міжнародного 56 Ukraine's Digital Diplomacy: Synergy of Reality and Virtuality інформаційного простору.

Крім усього вище зазначеного, соціальні мережі дають змогу дипломатам і світовим лідерам розширювати дипломатичні мережі та будувати стратегічно важливі відносини.

Можливості для реалізації цифрової дипломатії України:

- збільшення уваги та обізнаності міжнародної спільноти щодо України;
- підвищення іміджу, формування нового міжнародного бренду держави;
- вихід на міжнародні цифрові майданчики;
- співпраця з іншими країнами, міжнародними організаціями, інфлюенсерами та великими технологічними корпораціями;
- програми повоєнного відновлення;
- євроатлантична інтеграція.

Водночас реалізація цифрової дипломатії України має такі слабкі сторони:

- недостатня спроможність інституційного забезпечення функціонування цифрової дипломатії України;

- нерегульованість нормативно-правового забезпечення; відсутність дорожньої карти для державних інституцій;

- недостатня увага до цифрових інструментів та невдалий вибір методів комунікації;

- конкуренція за увагу у міжнародному інформаційному середовищі;

- війна та її гібридні форми з боку Російської Федерації; втрата конфіденційних даних внаслідок кібератак; слабкий рівень системи кібербезпеки;

- недостатня кількість висококваліфікованих кадрів для ведення акаунтів в соціальних мережах

Таким чином, ідентифікація ключових викликів відкриває можливості для подальшого вдосконалення пріоритетних напрямків реалізації цифрової дипломатії України, зокрема:

- ширше використання методів стратегічного планування;

- розробка та прийняття загальнодержавної стратегії цифрової дипломатії та стратегії розвитку національного бренду;

- розбудова мережі контактів і довгострокових партнерств;

- грантова підтримка ініціатив недержавних акторів;

- активізація освітніх програм та проєктів;

- залучення висококваліфікованих фахівців з відповідними знаннями та досвідом;

- розширення цифрових каналів комунікації різними мовами;

- структурована, системна та проактивна комунікація, шляхом активного просування важливих політичних ініціатив, а також створення системи моніторингу та оцінювання, яка базується на чітких і вимірюваних індикаторах.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. 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.

2. Баштанник В., Суліма Є. Удосконалення управлінської діяльності в системі зовнішньої політики України: Методологія проблеми. // *Вісник Національної академії державного управління при Президентові України*, 2003. №3 с.52-65.

3. Бікір К.Ю «М'яка сила» як дієвий інструмент формування іміджевої політики // *Регіональні студії*, 2019 №19. С.35-40

4. Безугла К. О. Сучасний стан сектору інформаційних технологій в Україні. *Економіко-математичне моделювання систем: зб. наукових праць*, 2018. С. 50-70.

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. Булега К. І., Чарських І. Ю. Цифрова дипломатія як елемент зовнішньополітичної діяльності держав // *Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса*. Том 1. №10. 2018. С. 9-12.

7. В МЗС створено новий напрям роботи –публічна дипломатія. *МЗС України* URL: <https://mfa.gov.ua/news/43433-v-mzs-stvoreno-novijnapryam-robotipublichna-diplomatija> (дата звернення:17.10.2023)

8. Вербицька В. В. Функціонування віртуальної дипломатії в умовах становлення глобального інформаційного суспільства: національне та міжнародне регулювання. // *Збірник наукових праць «Гілея: науковий вісник»*. 2016. С.324-328.

9. Виноградова С. М. Медіарілейшнз в контексті взаємодії публічної дипломатії, PR і GR: концептуальні аспекти. *Управлінське консультування*

URL: <http://sfs.gov.ua/baneryi/mitne-oformlennya/vijdjayuchim-v-ukrainu/normativno-pravovi-akti-ukraini-z-pit/62493.html>. (дата звернення: 11.09.2023).

10. Войтович П. Зовнішня політика як форма прояву державної волію // *Юридичний журнал «Правові новели»*. №7. 2019. URL: [http://www.legalnovels.in.ua/journal/7\\_2019/7\\_2019.pdf#page=152](http://www.legalnovels.in.ua/journal/7_2019/7_2019.pdf#page=152) (дата звернення: 11.09.2023).

11. Гайдай Д. Twitter-політика, або революція у політичному процесі: вебресурс. URL: <http://obozrevatel.com/abroad/07924-twitter-politika-aborevoluyutsia-v-politishnomu-protsesi.htm> (дата звернення: 18.11.2023).

12. Головченко В. Прийняття зовнішньополітичних рішень у США: теоретичні й прикладні аспекти // *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2013. – Вип. 116(1). С. 15-22. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/apmv\\_2013\\_116%281%29\\_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/apmv_2013_116%281%29_4) (дата звернення: 23.10.2023)

13. Горбатенко В. «М'яка сила» як основа сучасної геополітичної стратегії. *Studia politologica Ucraino-Polona*. 2014. Вип. 4. С. 27–31. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Spup\\_2014\\_4\\_5](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Spup_2014_4_5). (дата звернення: 11.11.2023).

14. Гуцал С. А. Публічна дипломатія як сучасний пріоритет зовнішньої політики держави / Національний інститут стратегічних досліджень при Президентіві України. URL: [http://www.niss.gov.ua/public/File/Str\\_prioritetu/2010\\_3-16.pdf](http://www.niss.gov.ua/public/File/Str_prioritetu/2010_3-16.pdf) (дата звернення: 23.10.2023)

15. Денисенко, С. М. (2014). «Використання інформаційно-комунікаційних технологій для формування міжнародного іміджу держави». // *Сучасні міжнародні відносини: актуальні проблеми теорії і практики*. № 1.

16. Дерев'янка І. Цифрова дипломатія в контексті ризиків і загроз // *Цифрова дипломатія України: синергія реального і віртуального*. Матеріали міжнародної наукової конференції. Львів, 24 листопада 2023 р. / Упорядники: М. Мальський, Р. Вовк, О. Кучик. – Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2023. – 120 с С.43-47.



17. Десять фактів про збройну агресію Росії проти України. Міністерство закордонних справ України: веб-ресурс. URL: <https://mfa.gov.ua/10-faktiv-pro-zbrojnu-agresiyu-rosiyi-proti-ukrayini> (дата звернення: 07.10.2023)

18. Дмитренко О. Twitter збільшив ліміт знаків у повідомленнях з 140 до 280 // Watcher. – 2017. – 8 листоп. URL: <http://watcher.com.ua/2017/11/08/twitter-zbilshyv-limit-znakiv-u-povidomlennyah-z-140-do280/> (дата звернення: 25.10.2023)

19. Доктрина інформаційної безпеки України / Затверджено Указом Президента України від 25.02.2017 року № 47/2017. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/472017-21374> (дата звернення: 17.10.2023)

20. Дорош Л.О., Копей Ю. TWITTER-дискурс у контексті реалізації громадської дипломатії та формування іміджу держави // Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Історія. Політологія, 2018, Випуск. 22-23. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/692395> (дата звернення: 17.10.2023)

21. 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: 02.05.2023)

22. Ємець В.О. Публічна дипломатія як інструмент формування іміджу України в умовах повномасштабної війни Філософсько-політичні студії, 2023. №46 с.291-296

23. Ємець В., & МорозА. (2023). Роль соціальних мереж у формуванні іміджу держави в умовах повномасштабної війни. *Медіафорум*, 12, 205-214. вилучено

<https://journals.chnu.edu.ua/index.php/mediaforum/article/view/414>(дата

звернення: 02.11. 2023)

24. Ждамарова А.В. Зовнішня політика сучасної держави: основні підходи до визначення поняття. Науковий вісник Ужгородського національного університету. – Збірник наукових праць. – випуск № 6. Видавець і виготовлювач Ужгород, 2019 р. - 72 с

25. Жовква І.І. Прийняття зовнішньополітичних рішень як наука. Актуальні проблеми міжнародних відносин. Випуск 111 (Частина І), 2012. С.37-42.

26. Зінько О. Цифрові технології у публічній дипломатії українського інституту // Цифрова дипломатія України: синергія реального і віртуального. Матеріали міжнародної наукової конференції. Львів, 24 листопада 2023 р. / Упорядники: М. Мальський, Р. Вовк, О. Кучик. – Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2023. – 120 с С.51-54.

27. 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](http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya_2013_78_122) (дата звернення: 19.10.2023).

28. Капітоненко М. Г. М'яка сила у світовій політиці: теоретичні аспекти / М. Г. Капітоненко //Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 2010. – С. 20 – 21, с. 20–21

29. Кащишин Н.Є. Дипломатичний дискурс як вид інституційного дискурсу. Наукові записки. Серія. : Філологічні науки: Кропивницький, 2017. с. 232-235.

30. Кирилюк А. В. Проблеми становлення та розвитку публічної дипломатії України. Міжнародні студії викладачів та студентів / Київський університет імені Бориса Грінченка: веб-ресурс. URL: [https://fpmv.kubg.edu.ua/images/stories/Departaments/2021/Navchana\\_dosl\\_idgena/Zbirnuk.pdf](https://fpmv.kubg.edu.ua/images/stories/Departaments/2021/Navchana_dosl_idgena/Zbirnuk.pdf) (дата звернення: 03.11.2023)

31. Кононенко Ю. А., Літра Л. М. ТВИТЕР-ДИПЛОМАТИЯ: Як новітні технології можуть посилити міжнародні позиції України? *Policy Brief*: . URL:

<http://neweurope.org.ua/wp-content/uploads/2017/12/Tviter-dyplomatiya.-YAk-novitni-tehnologiyi-mozhut-posylyty-mizhnarodni-pozitsiyi-Ukrayiny.pdf> (дата звернення: 08.09.2023)

32. Константинова Ю. В. Поняття «культурна дипломатія» в сучасному науковому дискурсі URL: <http://istfak.org.ua/tendantsii-rozvytku-suchasnoi-systemy-mizhnarodnykh-vidnosyn-tasvitovoho-politychnoho-protseesu/186-zovnishnia-polityka-derzhav-svitu-v-umovakh-hlobalizatsii/658-ponyattya-kulturnadyplomatiya-v-suchasnomu-naukovomu-dyskursi> (дата звернення: 08.11.2023)

33. Концепція Державної цільової програми формування позитивного міжнародного іміджу України на 2013-2015 роки. URL: <http://govuadocs.com.ua/docs/index-19943079.htm> (дата звернення: 15.11.2023)

34. Коротков Д. С. Концепція «м'якої сили» в контексті зовнішньополітичної стратегії України // Науково-теоретичний альманах «Грані». – 2018. – Т. 21. – № 9. – С. 131-136.

35. Коротков Д. Концепція "м'якої сили" в контексті зовнішньополітичної стратегії України. Грані. 2015. № 3. С. 13-17

36. Краснопольська Т. М., Милосердна І. М. Цифрова дипломатія як основа нової публічної дипломатії // Актуальні проблеми політики. 2022. Вип. 69. С.13-20.

37. Луценко А. В. Теоретичні засади стратегії «м'якої сили» в сучасних міжнародних відносинах // Дослідження світової політики : Зб. наук. праць. Вип. 45. – К. : Інститут світової економіки і міжнародних відносин НАН України, 2008. – С. 126

38. Максимова В. Чому для України важливо, щоб політики розвивали свій Twitter? URL: <https://www.pravda.com.ua/columns/2023/04/25/7399324/> (дата звернення: 20.10.2023)

39. Мальський М., Занько Ю., Мацяк М. Проблеми наукового дефініювання та особливості наукової інтерпретації поняття зовнішньої політики // Вісник Львів. унту. – 2004. – Вип. 11. – С. 3-11

40. 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.

41. Мацяк М. Наукові дослідження процесу прийняття рішень у сфері зовнішньої політики держави. // Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини. 2016. Випуск 38. С.89-96.

42. Меленцова О.В. Цифрова дипломатія та її вплив на міжнародну безпеку. *Європейська дипломатія у XXI столітті: збірник тез наукових доповідей на II Науково-практичному круглому столі* (м. Харків, 10 грудня 2019 року). Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2020. С. 58-61

43. Мірошниченко Т., Федорова Г. Цифрова дипломатія як сучасний комунікаційний інструмент міжнародних відносин ГРАНІ Том 24 № 12 2021 С.58-65

44. «М'яка сила»: Україна увійшла до двадцятки найвпливовіших країн світу, — дослідження URL: <https://focus.ua/uk/ukraine/552908-myagkaya-sila-ukraina-voshla-v-dvadcatku-samyh-vliyatelnyh-stran-mira-issledovanie> (дата звернення: 20.10.2023)

45. Нікулішин Н. «Сила» в умовах сучасної світової політики: трансформація змісту // *Слов'янський вісник*. – 2012. – Вип. 14. – С. 193-195, с. 36

46. Овцера А. «Твіттер-дипломатія» як інструмент зовнішньої політики. *Травневі студії*. 2019. № 4, С. 181-184. URL: <https://jts.donnu.edu.ua/article/view/6899>

47. Окладна М. Г., Стеценко В. Ю. Роль цифрової дипломатії в сучасній зовнішній політиці держави. *Право та інноваційне суспільство: електрон. наук. вид.* 2020. № 2 (15). URL: [http://apir.org.ua/wp-content/uploads/2020/12/Okladna\\_Stetsenko15.pdf](http://apir.org.ua/wp-content/uploads/2020/12/Okladna_Stetsenko15.pdf) (дата звернення: 20.10.2023)

48. Опанасюк О.І. Особливості сучасної публічної дипломатії. Гілея: науковий вісник. 2017. Вип. 117. С. 238–243., с. 239
49. Офіційний веб-сайт Міністерства цифрової трансформації: веб-ресурс. URL: <https://thedigital.gov.ua> (дата звернення: 29.10.2023)
50. 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
51. Пономаренко О. Дипломатія, трипломатія, твіпломатія: новітній канон дипломатичного дискурсу. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 2017. С.30-33
52. Поствірусна дипломатія: як сучасні технології та карантин змінюють міжнародні відносини. *Європейська правда*. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/articles/2020/04/23/7109048/> (дата звернення: 17.09.2023)
53. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 29 грудня 2016 року «Про доктрину інформаційної безпеки України»: Указ Президента України від 25 лютого 2017 р. № 47/2017. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/472017-21374>
54. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 14 вересня 2020 року «Про Стратегію національної безпеки України»: Указ Президента України від 14 вересня 2020 р. № 392/2020. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/3922020-35037>
55. Про затвердження плану пріоритетних дій Уряду на 2023 рік: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 14 березня 2023 р. № 221-р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zatverdzhennia-planu-priorytetnykh-diiuriadu-na-2023-rik-221r-140323>
56. Разумков центр. Україна 2018–2019: обережний оптимізм напередодні виборів (аналітичні оцінки). URL: [http://razumkov.org.ua/uploads/article/2019\\_Pidsumky\\_2018.pdf](http://razumkov.org.ua/uploads/article/2019_Pidsumky_2018.pdf) (дата звернення: 27.11.2023)

57. Рейтинг найбільших Twitter-«амбасадорів» України. Хто з нардепів його очолив? URL: <https://www.chesno.org/post/5589/>(дата звернення: 27.11.2023)

58. Руднєва В. Публічна дипломатія: теоретичні основи застосування нової інформаційно-комунікаційної технології в державному управлінні. Вісник Національної академії державного управління, 2018. С. 147- 153.

59. Світова громадська думка про війну в Україні // Ipsos. вебсайт. URL: <https://www.ipsos.com/en-us/news-polls/war-in-ukraine-april-2022> (дата звернення: 10.11.2023)

60. Святковська Ю. Ю, «М'яка сила» як інструмент зовнішньої політики держави // *Наукові праці. Політологія* Том 297 № 285. 2017 . С. 83-87

61. Сегеда О. О. Цифрова дипломатія України як елемент нової публічної дипломатії Науковий журнал «Політикус». В.3, 2020С. 139–147.

62. Седляр Ю.О. Фактори формування зовнішньої політики держави / Ю. О. Седляр, О. І. Стадніченко // *Політикус : наук. журнал.* – 2017. – № 2. – С. 138-142.

63. Семченко О.А. Іміджева політика України : монографія. Київ : ВЦ «Академія», 2014. 272 с

64. Степанов В., Бричук К. Цифрова дипломатія як інструмент масової комунікації в публічному управлінні. Вісник Національної академії державного управління при Президентіві України. 2020. № 3. С. 5-10.

65. Стратегія публічної дипломатії Міністерства закордонних справ України на 2021-2025 р.р.: затв. наказом М-ва ЗСУ від 24.03.2021. URL: <https://mfa.gov.ua/storage/app/sites/> (дата звернення: 09.09.2023)

66. Твіттер-дипломатія: Український Case Study #SupportUkraine. Вокс Україна: веб-ресурс. URL: <https://voxukraine.org/twitter-diplomacysupportukraine/> (дата звернення: 02.10.2023).

67. 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

68. Тихоненко І. В. Цифрова дипломатія як інструмент зовнішньої політики США у XXI. Політичне життя. 2019. № 1. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/pollife\\_2019\\_1\\_14](http://nbuv.gov.ua/UJRN/pollife_2019_1_14) (дата звернення: 29.10.2023).
69. Українська призм: зовнішня політика 2022. // *Українська призма: Рада зовнішньої політики*. URL: <https://prismua.org/scorecards2022/> (дата звернення: 23.09.2023)
70. Українська цифрова дипломатія: інформаційний фронт держави в соціальних мережах. // *Аналітичний центр ADASTRA*. URL: <https://adastra.org.ua/blog/ukrayinska-cifrova-diplomatiya-informacijnij-front-derzhavi-v-socialnih-merezhah> (дата звернення: 10.11.2023).
71. Харечко І. Twitter-дипломатія: зарубіжний досвід для України. Вісник Львівського університету. Серія: філос.-політолог. студії. 2018. Випуск 7. С. 281-293
72. Цимбалістий В. Ф. Теорія міжнародних відносин : Навчальний посібник. / В. Ф. Цимбалістий. – Ч. І., Львів, 2005. – С. 219, с. 219
73. Цюрупа М. Поняття «м'якої сили» держави та особливості її застосування в сучасній світовій політиці. // *Наукові записки*. Випуск 35. С.47-59. URL: (дата звернення: дата звернення: 10.11.2023).
74. Allison T. Graham, Zelikow Philip. Essence of Decision: Explaining the Cuban Missile Crisis / A. Graham, Ph. Zelikow. – New York: Longman, 1999. – 416 p
75. Bjola C., Holmes M. Digital Diplomacy: Theory and Practice. Routledge. Routledge, London. 2015. 253 p. URL: [https://www.defence.lk/upload/ebooks/\(Routledge%20New%20Diplomacy%20Studies\)%20Bjola,%20Corneliu\\_%20Holmes,%20MarcusDigital%20Diplomacy\\_%20Theory%20and%20Practice-Routledge%20.pdf](https://www.defence.lk/upload/ebooks/(Routledge%20New%20Diplomacy%20Studies)%20Bjola,%20Corneliu_%20Holmes,%20MarcusDigital%20Diplomacy_%20Theory%20and%20Practice-Routledge%20.pdf) (дата звернення: 10.11.2023).
76. Christensen C. Curating a nation on Twitter / C. Christensen // *The International Journal of Media and Culture*. – 2013. – Vol. 11, № 1. – P. 30-46.
77. Christer Jönsson. Essence of Diplomacy / Christer Jönsson, Martin Hall. – New York: Palgrave Macmillan, 2005.

78. Dipnote. Офіційний блог Держдепартаменту США. URL: <https://blogs.state.gov/> (дата звернення: 11.06.2023)
79. Friedman T. The World is Flat: A Brief History of the Twenty-first Century. New York: Farrar, Straus, and Giroux. 2005. 674 p. URL: [https://www.chinhghia.com/Friedman\\_the%20world%20is%20flat.pdf](https://www.chinhghia.com/Friedman_the%20world%20is%20flat.pdf) (дата звернення: 10.11.2023).
80. Frankel J. The Making of Foreign Policy. – London, 1963. – P. 15
81. Gallarotti, Giulio M. Soft Power: What it is, why it's important, and the conditions under which it can be effectively used. / Division II Faculty Publications, Paper 57. – 2011. – P. 20–25. Mode of access : <http://wescholar.wesleyan.edu/div2facpubs/57> (дата звернення: 10.11.2023).
82. Glassgold S. M. Public Diplomacy: the evolution of literature URL: [www.allacademics.com/pd\\_theory\\_and\\_notion.pdf](http://www.allacademics.com/pd_theory_and_notion.pdf). (дата звернення: 10.05.2023)
83. Global Connectivity Report 2022. International Telecommunication Union. URL: [https://www.itu.int/dms\\_pub/itu-d/opb/ind/d-ind-global.01-2022-pdf-e.pdf](https://www.itu.int/dms_pub/itu-d/opb/ind/d-ind-global.01-2022-pdf-e.pdf). (дата звернення: 10.11.2023)
84. Global Portal for Diplomats. URL: <http://www.ediplomat.com/> (last accessed: 05.10.2021) Hanson F. Revolution @State: The Spread of ediplomacy. Lowy Institute, 2012. URL: [https://www.lowyinstitute.org/sites/default/files/hanson\\_revolution\\_state\\_web\\_0.pdf](https://www.lowyinstitute.org/sites/default/files/hanson_revolution_state_web_0.pdf) (дата звернення: 02.05.2023)
85. Global Ukraine. Вебсайт Global Ukraine. URL: <https://www.globalukraine.org/> (дата звернення: 28.05.2023)
86. Jennifer A. Cassidy. Digital Diplomatic Crisis Communication: Diplomatic Signalling and Crisis Narratives in an Age of Real – Time Governance: дис. докт. філос. наук / Jennifer A. Cassidy. – University of Oxford, Lincoln College, 2017.
87. Nye, J. S. Bound to lead: the changing nature of American power. New York. – 1990, с. 3



88. Nye J. S. Soft power: the means to success in world politics. New York : Public Affairs, 2004. 191 p.
89. Morgenthau H. J. Politics among nations. The struggle for power and peace. New York : Alfred-A-Knopf. – 1978. – P. 154., с. 154
90. Mykhailo Fedorov.  
<https://twitter.com/fedorovmykhailo/status/1504068644195733504>
91. Parmelee J. H. Politics and the Twitter Revolution: How Tweets Influence the Relationship between Political Leaders and the Public / J. H. Parmelee, S. L. Bichard. – Lanham, Md. : Lexington Books, 2012. – 247 pp
92. Ross A. Digital diplomacy and US foreign policy. The Hague Journal of Diplomacy, No. 6. 2011. P. 451–455. URL: <http://dx.doi.org/10.1163/187119111X590556> (дата звернення: 21.09.2023)
93. Stoddart A. Politicians should use Twitter to engage more, and broadcast less // Democratic Audit. – 2013. – 28 sept. URL <http://www.democraticaudit.com/2013/09/28/politicians-need-to-use-twitter-to-engage-moreand-broadcast-less> (дата звернення: 21.05.2023)
94. UkraineWorld. Вебсайт UkraineWorld. URL: <https://ukraineworld.org/> (дата звернення: 28.10.2023)
95. William Hybl. Narratives and Strategic Communications in Foreign Policy. URL: <https://www.rand.org/events/2011/11/29.html> (дата звернення: 21.05.2023)

ДОДАТКИ



Опитування компанії Ipsos щодо підтримки України у війні з Російською Федерацією

# Global Soft Power Index 2023

The world's top 121 Soft Power nations, scored out of 100

Global Soft Power Index 2023

1 1  <b>UNITED STATES</b> Score <b>74.8</b> $+4.1$	2 2  <b>UNITED KINGDOM</b> Score <b>67.3</b> $+3.4$	3 3  <b>GERMANY</b> Score <b>65.8</b> $+1.2$	4 5  <b>JAPAN</b> Score <b>65.2</b> $+1.7$	5 4  <b>CHINA</b> Score <b>65.0</b> $+0.8$
6 6  <b>FRANCE</b> Score <b>62.4</b> $+1.8$	7 7  <b>CANADA</b> Score <b>60.7</b> $+1.2$	8 8  <b>SWITZERLAND</b> Score <b>58.5</b> $+2.0$	9 10  <b>ITALY</b> Score <b>56.6</b> $+1.8$	10 15  <b>UNITED ARAB EMIRATES</b> Score <b>55.2</b> $+3.2$
11 14  <b>SWEDEN</b> Score <b>55.1</b> $+2.8$	12 11  <b>SPAIN</b> Score <b>54.9</b> $+1.8$	13 9  <b>RUSSIA</b> Score <b>54.8</b> $-1.3$	14 15  <b>AUSTRALIA</b> Score <b>54.6</b> $+1.0$	15 12  <b>SOUTH KOREA</b> Score <b>53.9</b> $+3.8$
16 16  <b>NETHERLANDS</b> Score <b>52.7</b> $+3.1$	17 17  <b>NORWAY</b> Score <b>52.6</b> $+2.0$	18 18  <b>DENMARK</b> Score <b>51.8</b> $+3.0$	19 24  <b>SAUDI ARABIA</b> Score <b>51.3</b> $+4.1$	20 19  <b>BELGIUM</b> Score <b>51.2</b> $+2.8$
21 20  <b>SINGAPORE</b> Score <b>51.0</b> $+2.5$	22 25  <b>FINLAND</b> Score <b>50.7</b> $+3.5$	23 22  <b>TÜRKIYE</b> Score <b>50.4</b> $+2.8$	24 26  <b>QATAR</b> Score <b>49.9</b> $+4.1$	25 27  <b>AUSTRIA</b> Score <b>49.9</b> $+0.5$

© Brand Finance 2023

26 21  <b>NEW ZEALAND</b> Score <b>49.8</b> $+1.4$	27 25  <b>ISRAEL</b> Score <b>49.4</b> $+0.9$	28 29  <b>INDIA</b> Score <b>47.0</b> $+3.8$	29 30  <b>IRELAND</b> Score <b>46.7</b> $+4.8$	30 32  <b>PORTUGAL</b> Score <b>46.6</b> $+5.8$
31 28  <b>BRAZIL</b> Score <b>46.2</b> $+2.9$	32 41  <b>LUXEMBOURG</b> Score <b>45.3</b> $+7.7$	33 40  <b>POLAND</b> Score <b>45.1</b> $+6.9$	34 37  <b>ICELAND</b> Score <b>44.7</b> $+6.2$	35 36  <b>KUWAIT</b> Score <b>44.3</b> $+5.2$
36 35  <b>GREECE</b> Score <b>44.3</b> $+3.9$	37 51  <b>UKRAINE</b> Score <b>44.3</b> $+18.1$	38 31  <b>EGYPT</b> Score <b>43.0</b> $+1.5$	39 39  <b>MALAYSIA</b> Score <b>42.6</b> $+4.1$	40 34  <b>SOUTH AFRICA</b> Score <b>42.5</b> $+3.8$
41 35  <b>THAILAND</b> Score <b>42.4</b> $+2.3$	42 38  <b>ARGENTINA</b> Score <b>42.2</b> $+3.7$	43 44  <b>CZECHIA</b> Score <b>42.0</b> $+5.7$	44 42  <b>MEXICO</b> Score <b>41.0</b> $+3.4$	45 47  <b>INDONESIA</b> Score <b>40.9</b> $+5.2$
46 49  <b>OMAN</b> Score <b>40.7</b> $+6.2$	47 45  <b>CROATIA</b> Score <b>40.7</b> $+5.3$	48 45  <b>HUNGARY</b> Score <b>40.5</b> $+5.2$	49 57  <b>GEORGIA</b> Score <b>40.0</b> $+6.6$	50 68  <b>BAHRAIN</b> Score <b>40.0</b> $+5.0$

© Brand Finance 2023

2023

# ТОП-10 TWITTER-«АМБАСАДОРІВ»

РЕЙТИНГ НАРОДНИХ ДЕПУТАТІВ



Леся  
Василенко



Петро  
Порошенко



Кіра  
Рудик



Інна  
Совсун



Олексій  
Гончаренко



Галина  
Янченко



Руслан  
Стефанчук



Андрій  
Парубій



Володимир  
В'ятрович



Іванна  
Климпуш-Цинцадзе



ЕС



Голос



позафракційний



Слуга народу

**Критерій:** кількість підписників, середні охоплення, відсоток англомовних дописів та кількість згадок.  
Дані за період з 1 січня 2023 року до 7 квітня 2023 року з огляду на те, що Twitter змінив налаштування і частина інформації за 2022 рік недоступна.

chesno.org  
facebook.com/chesno.movement  
+38 067 658 7798

