

Заклад вищої освіти «Український католицький університет»

Факультет суспільних наук

Кафедра державного управління

Кваліфікаційна робота

на тему:

«Цифрова дипломатія як інструмент стратегічних комунікацій України у публічному управлінні»

Виконала: студентка II курсу, групи СПА-21
Галузі знань 28 «Публічне управління
та адміністрування»

Спеціальності 281 «Публічне управління
та адміністрування»

(шифр і назва спеціальності)

Освітньої програми «Публічне управління
та адміністрування»

Освітній ступінь магістр

Захаревич Ю. І.

(прізвище та ініціали)

Керівник _____ к.е.н., доц. Василиця О. Б.

(посада, науковий ступінь, прізвище та ініціали)

Рецензент _____ Шульц С. Л.

(прізвище та ініціали)

Львів – 2023 рік

Захаревич Ю. І. Цифрова дипломатія як інструмент стратегічних комунікацій України у публічному управлінні: Кваліфікаційна робота: (281 «Публічне управління та адміністрування») / Ю. І. Захаревич / Український католицький університет. Кафедра державного управління; Наук. кер: к.е.н. Василюк О. Б. – Львів: УКУ, 2023. – 103 с.

Анотація. У роботі проаналізовано поняття цифрової дипломатії та стратегічних комунікацій. Досліджено основні форми реалізації цифрової дипломатії. Вивчено особливості стратегічного та інституційного вимірів реалізації цифрової дипломатії України. Охарактеризовано міжнародний досвід використання цифрової дипломатії у стратегічних комунікаціях. Оцінено сучасний стан реалізації цифрової дипломатії в Україні. Ідентифіковано виклики, які виникають в процесі реалізації цифрової дипломатії в Україні. Визначено напрями удосконалення цифрової дипломатії України.

Ключові слова: цифрова дипломатія, стратегічні комунікації, зовнішня політика, інформаційно-комунікаційні технології, напрями удосконалення.

Abstract. The paper analyzes the concepts of digital diplomacy and strategic communications. The main forms of implementation of digital diplomacy are investigated. The peculiarities of the strategic and institutional dimensions of the implementation of digital diplomacy of Ukraine are studied. The international experience of using digital diplomacy in strategic communications is characterized. The current state of implementation of digital diplomacy in Ukraine is assessed. The challenges that arise in the process of implementing digital diplomacy in Ukraine are identified. Areas of improvement of Ukraine's digital diplomacy are determined.

Keywords: digital diplomacy, strategic communications, foreign policy, information and communication technologies, areas of improvement.

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЦИФРОВОЇ ДИПЛОМАТІЇ	7
1.1. Аналіз основних понять: цифрова дипломатія та стратегічні комунікації	7
1.2. Основні форми реалізації цифрової дипломатії.....	18
РОЗДІЛ 2. РОЛЬ ЦИФРОВОЇ ДИПЛОМАТІЇ У ЗДІЙСНЕННІ СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ ДЕРЖАВИ	29
2.1. Особливості реалізації цифрової дипломатії України: стратегічний та інституційний вимір.....	29
2.2. Міжнародний досвід використання цифрової дипломатії у стратегічних комунікаціях	38
2.3. Оцінка сучасного стану реалізації цифрової дипломатії в Україні	45
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОЇ ДИПЛОМАТІЇ В СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ УКРАЇНИ	67
3.1. Ідентифікація викликів у процесі реалізації цифрової дипломатії в Україні	67
3.2. Напрямки удосконалення цифрової дипломатії України	73
ВИСНОВКИ	81
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ	83
ДОДАТКИ	94

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ

ВРУ	– Верховна рада України;
ЄС	– Європейський Союз;
ЗВО	– заклади вищої освіти;
ЗДУ	– закордонні дипломатичні установи;
ЗМІ	– засоби масової інформації;
ЗП	– зовнішня політика;
ІКТ	– інформаційно-комунікаційні технології;
ІПСО	– інформаційно-психологічна операція;
МЗС	– Міністерство закордонних справ;
НАТО	– Організація Північноатлантичного договору;
СММ	– маркетинг у соціальних мережах;
ЦА	– цільова аудиторія;
ЦД	– цифрова дипломатія;
ЦНАП	– центр надання адміністративних послуг;
ІТ	– інформаційні технології;
КРІ	– ключові показники ефективності;
SWOT-аналіз	– аналіз сильних, слабких сторін, загроз і можливостей.

ВСТУП

Актуальність проблеми. Актуальність обраної теми магістерської кваліфікаційної роботи полягає у тому, що глобалізація породжує значні виклики зовнішній політиці, що зумовлює необхідність створення нових підходів і методів взаємодії між різними учасниками міжнародних відносин. Цифрова дипломатія набуває все більшого значення у світовій політиці як ефективний інструмент реалізації зовнішньополітичних цілей держави. Вона стала невіддільним елементом зовнішньої політики та національної безпеки провідних держав світу, а також міжнародних організацій та інституцій. Україна відносно нещодавно почала займатися цифровим аспектом публічної дипломатії. Повномасштабна війна, яку розв'язала росія, зумовила збільшення уваги до цифрової дипломатії як важливого інструменту ведення стратегічних комунікацій та інформаційного обміну зі світовою громадськістю. Значні зміни в країні відкрили нові можливості, а ті, своєю чергою, принесли певні виклики. У результаті дослідження очікується напрацювання конкретних рекомендацій щодо удосконалення державної політики у сфері цифрової дипломатії.

Об'єктом дослідження є цифрова дипломатія України.

Предметом дослідження є особливості реалізації цифрової дипломатії України.

Мета дослідження. Проаналізувати місце цифрової дипломатії як інструменту стратегічних комунікацій України у публічному управлінні.

У відповідності до мети були поставлені наступні **завдання**:

- проаналізувати поняття цифрової дипломатії та стратегічних комунікацій;
- дослідити основні форми реалізації цифрової дипломатії;
- вивчити особливості стратегічного та інституційного вимірів реалізації цифрової дипломатії України;

- охарактеризувати міжнародний досвід використання цифрової дипломатії у стратегічних комунікаціях;
- оцінити сучасний стан реалізації цифрової дипломатії в Україні;
- ідентифікувати виклики, які виникають в процесі реалізації цифрової дипломатії в Україні;
- визначити напрямки удосконалення цифрової дипломатії України.

Методи дослідження. З метою виконання поставлених завдань магістерської кваліфікаційної роботи, були використані методи загальнонаукових, прикладних та логічних груп. Метод поняттєвого аналізу дав змогу визначити зміст понять «стратегічні комунікації» та «цифрова дипломатія». Системний метод було використано для комплексного аналізу та визначення складових елементів стратегічних комунікацій та ролі цифрової дипломатії у них. Інституційний метод використаний для аналізу норм права та організаційних структур, які відповідальні за реалізацію цифрової дипломатії. Було використано метод аналізу нормативно-правових актів для аналізу нормативно-правового забезпечення політики України у сфері реалізації цифрової дипломатії: рішень, розпоряджень, постанов, указів та інших нормативно-правових документів, прийнятих ВРУ. Метод кейс-стаді був використаний з метою вивчення міжнародного досвіду використання цифрової дипломатії у стратегічних комунікаціях. Для оцінки сучасного стану реалізації цифрової дипломатії України було проведено анкетування експертного кола. З метою виявлення сильних і слабких сторін, а також визначення можливостей і потенційних загроз цифрової дипломатії, був проведений аналіз за методикою SWOT.

Структура роботи. Відповідно до мети та завдань дослідження, магістерська кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновку, списку використаних джерел та літератури із 94 найменувань. Робота містить 3 таблиці, 22 рисунки, 3 додатки. Загальний обсяг роботи становить 103 сторінки.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЦИФРОВОЇ ДИПЛОМАТІЇ

1.1. Аналіз основних понять: цифрова дипломатія та стратегічні комунікації

Цифрова дипломатія та стратегічні комунікації на сьогодні є одними з найбільш ефективних інструментів просування своїх інтересів міжнародними акторами. Вони стали невіддільними механізмами зовнішньої політики та національної безпеки провідних держав світу, а також міжнародних організацій та інституцій. Попри це, цифрова дипломатія та стратегічні комунікації є відносно новими концепціями, у зв'язку з чим у науковій думці наявні суттєві розбіжності в їх інтерпретації та відсутній консенсус щодо їх принципової відмінності чи тотожності.

З розвитком інформаційно-комунікаційних технологій спостерігається стрімкий перехід від традиційних засобів ведення дипломатії до новітніх методів, пов'язаних із використанням мережі «Інтернет» як потужної платформи для просування власних національних інтересів державою. Цифрова дипломатія бере свої витоки з розширення публічної дипломатії, форми дипломатичної практики, що визначається як «охоплення вимірів міжнародних відносин за межами традиційної дипломатії, коли офіційні державні особи, окремі індивідуальні приватні особи чи групи осіб через потік інформації та ідей впливають на формування громадської думки інших держав» [11]. Поняття «публічна дипломатія» почало використовуватися з середини XIX століття, проте набуло загального вжитку під час Першої світової війни [11]. Водночас після 1945 року стало широко розповсюдженим використання терміну «цифровий». Хоча дане слово з'явилося ще в середині XV століття, в середині XX століття воно еволюціонувало від позначення чисел менших за 10, до опису представлення інформації у формі, яка може бути оброблена комп'ютерами [39].

Дослідження цифрової дипломатії є достатньо новим напрямком у теорії міжнародних відносин. Підходи до розуміння цифрової дипломатії як складової політичної культури почали формуватися наприкінці ХХ століття. Аналіз показує, що поняття цифрової дипломатії ототожнюють, протиставляють або плутають з термінами «електронна дипломатія» [25, 24], «е-дипломатія» [17], «кібердипломатія» [4], «твітер-дипломатія» [49], «дипломатія 2.0» [26]. 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 в контексті зовнішніх зносин.

З лінгвістичної точки зору Дж. Курбалія пояснює, що такий широкий спектр приставок та прикметників може вживатися в схожому контексті, однак використовуються вони для опису різних аспектів розвитку інтернету та інформаційно-комунікаційних технологій. Наприклад, він зауважує, що визначення «електронний» як правило, асоціюється з електронною торгівлею та комерціалізацією інтернету, «кібер-» вживається стосовно питань безпеки та злочинності, а «цифровий» набув поширення в основному в технологічних колах і найчастіше фігурує в дискусіях, що стосуються «цифрового розриву» [28, с. 14-15]. Такі тенденції можуть викликати плутанину серед урядів, компаній і організацій, які мають справу з питаннями публічної політики.

Зважаючи на новизну явища цифрової дипломатії, вона інтерпретується, визначається та розуміється по-різному як дослідниками, так і практиками [5, с. 5]. Тобто, не існує загальноприйнятого визначення або рамок, які б охоплювали цю концепцію. Тому, можна з упевненістю припустити, що сучасні дослідження лише починають формувати підходи до того, що означає цифрова дипломатія і як вона працює. Це пояснює відсутність у сучасній

літературі надійної концептуальної бази для оцінки ефективності використання інформаційно-цифрових технологій у публічній дипломатії [5, с. 74].

Термін «цифрова дипломатія» спочатку використовувався стосовно публічної політики США, що проводиться з опорою на цифрові технології. У 1984 році, вчений А. Гансен оприлюднив дослідження діяльності Інформаційного агентства США та відкрив науковий дискурс про публічну дипломатію в комп'ютеризованому світі [23].

Д. Льюїс вивчав поняття цифрової дипломатії як інструменту реалізації зовнішньополітичних цілей за допомогою соціальних мереж. Дослідник визначає цифрову дипломатію як використання дипломатами цифрових інструментів комунікації для спілкування один з одним і з широкою громадськістю [27].

У 2015 році Е. Сегев та І. Манор визначили цифрову дипломатію як використання державою соціальних медіа для досягнення цілей зовнішньої політики та управління своїм національним іміджем та репутацією [33, с. 6]. Науковці зазначили, що цифрова дипломатія існує на двох рівнях: на рівні міністерства закордонних справ і на рівні посольств, розташованих по всьому світу. Працюючи на цих двох рівнях, країни можуть адаптувати зовнішньополітичні та брендингові повідомлення до унікальних особливостей місцевої аудиторії, пов'язаних з історією, культурою, цінностями та традиціями, тим самим сприяючи сприйняттю їхньої зовнішньої політики та іміджу, який вони прагнуть просувати.

У тому ж році К. Бйола запропонував широке визначення цифрової дипломатії як «використання соціальних медіа в дипломатичних цілях». Він підкреслює, що цифрова дипломатія «може змінити практику того, як дипломати беруть участь в управлінні інформацією, публічній дипломатії, стратегічному плануванні, міжнародних переговорах або навіть врегулюванні криз». Однак, він визнав, що з аналітичної точки зору існує досить мало відомостей про цифрову дипломатію [5, с. 4]. Водночас у рамках цього

дослідження, М. Голмс визначив цифрову дипломатію як «стратегію управління змінами за допомогою цифрових інструментів та віртуальної співпраці» [5, с. 15], зробивши акцент на притаманній дипломатії невіддільній природі співпраці як онлайн, так і офлайн, на яку цифрові технології жодним чином не впливають.

Зрештою, у 2016 році І. Манор переосмислив цифрову дипломатію як загальний вплив інформаційно-комунікаційних технологій на реалізацію дипломатії – від електронної пошти до додатків на смартфоні [32, с. 3].

Стосовно концептуальних засад стратегічних комунікацій, то відповідний термін вперше з'явилися в урядових структурах США у першій половині ХХ століття і тривалий час використовувався переважно Міністерством закордонних справ та Міністерством оборони. Наприклад, перші згадки про поняття «стратегічні комунікації» можна віднайти ще у дослідницьких документах Воєнного коледжу армії США, починаючи з 1966 року [52], хоча сам термін зустрічався й раніше. Щоправда, тоді йшлося про «стратегічні комунікації» в контексті забезпечення стратегічного рівня зв'язку під час масштабних воєнних конфліктів.

З точки зору системної уваги до проблеми стратегічних комунікацій, окремі дослідники [22, с. 27-28] прямо кажуть про 2001 рік як початок дискусії і про 2002–2004 роки як етап переходу проблематики з ситуативного на системний рівень.

Після терактів 11 вересня 2001 року оперативною групою при Міністерстві оборони США у науковому звіті уряду було рекомендовано розглянути концепцію цілісного розповсюдження інформації, що за умов правильного використання може «створити дипломатичні можливості, зменшити напругу, яка може вести до війни, допомогти стримувати конфлікти та зменшувати нетрадиційні загрози американським інтересам» [45, с. 3].

Уже у 2004 році було підготовано «Остаточний звіт оперативної групи Оборонної наукової ради зі стратегічних комунікацій». У ньому термін «стратегічні комунікації» чітко артикулюється як «багатоманіття

інструментів, що використовуються державою для генерування розуміння глобальних відносин та культур, залучення в діалог ідей між людьми та інституціями, консультування осіб, які приймають рішення, дипломатів та військових лідерів щодо того, які наслідки для суспільної думки матимуть політичні рішення, а також для впливу на ставлення та поведінку за допомогою комунікативних стратегій» [46, с. 9]. Там же було сформульовано і ті компоненти, які становлять ядро системи стратегічних комунікацій: публічна дипломатія, зв'язки з громадськістю, послуги міжнародного мовлення та військові інформаційно-психологічні операції, які добре скоординовані між собою [46, с. 4]. Тобто вже на етапі концептуалізації явища стратегічних комунікацій публічна дипломатія розглядалася як їхній ключовий компонент.

Для повнішого визначення стратегічних комунікацій доцільно розглянути підходи до їх офіційного визначення державами та організаціями, що є ключовими суб'єктами міжнародних відносин.

Словник військових термінів Міністерства оборони США визначає стратегічні комунікації як «цілеспрямовані зусилля уряду Сполучених Штатів Америки щодо розуміння та залучення ключових цільових аудиторій для створення, зміцнення або збереження сприятливих умов для розширення інтересів, політик та завдань уряду США через використання скоординованих програм, планів, тем, ключових повідомлень і продуктів, синхронізованих з використанням всіх інструментів державної влади» [13, с. 515].

«Політика стратегічних комунікацій НАТО» є одним з основоположних документів, який запроваджує засади стратегічних комунікацій на міжнародному рівні. У цьому документі наводиться таке визначення стратегічних комунікацій: «скоординоване і належне використання комунікативних можливостей і діяльності Північноатлантичного альянсу: публічної дипломатії, зв'язків з громадськістю, піар-служби збройних сил, інформаційних і психологічних операцій для підтримки політики альянсу і заходів, спрямованих на просування цілей НАТО» [37, с. 1].

С. Тетхем, директор відділу медіа та комунікаційних досліджень групи перспективних досліджень та оцінки Академії оборони Великобританії, інтерпретує стратегічні комунікації як систему «взаємопов'язаних дій, що здійснюються на стратегічному, оперативному та тактичному рівнях управління, яка спрямована на досягнення розуміння інтересів і потреб цільових аудиторій та виявляє ефективні методи і механізми активації та підтримки певних типів поведінки з боку цих аудиторій» [53, с. 3]. Цей підхід до тлумачення стратегічних комунікацій став основним у європейському просторі та використовується сьогодні в офіційних документах Європейського Союзу.

Якщо оцінювати концептуальні засади понять «цифрова дипломатія» та «стратегічні комунікації» в Україні, то до 2015 року дана термінологія, практично не існувала і не фігурувала в науковому та експертному дискурсі. Як результат, в Україні наразі існує концептуальний та поняттєвий вакуум щодо визначення термінів «цифрова дипломатія» та «стратегічні комунікації». Це можна пояснити тим, що у країнах колишнього соціалістичного блоку уряди зазвичай не вбачали чіткої мети чи не мали значного ресурсу для розвитку «м'якої сили». Ба більше, у колишніх радянських республіках аж до початку ХІХ століття значення активної інформаційно-комунікативної політики, спрямованої на просування національних інтересів держави за кордоном взагалі не враховувалося у зовнішньополітичній діяльності тодішніх урядів [65, с. 25-26]. Власне, тому українські стратегічні комунікації та цифрова дипломатія ще не змогли набути повноцінного розвитку й поширення як інструмент зовнішньої політики.

Стратегічні комунікації досить недавно почали набувати популярності в українському науковому дискурсі. Практично до окупації Автономної Республіки Крим та частини Донецької та Луганської областей у 2014 році, стратегічні комунікації не розглядалися як окремий напрямок, а швидше як компонент сфери маркетингу та згадувалися переважно в контексті приватної сфери зв'язків з громадськістю.

У вітчизняній науці були спроби дослідження сутності стратегічних комунікацій. Власне, вперше про них зазначив Г. Почепцов ще у 2008 році. На його думку, стратегічні комунікації мають наступні характеристики: працюють із майбутнім часовим циклом та з об'єктами, що будуть сформовані у визначеній часовій точці, діють з урахуванням діяльності опонента та спрямовані на вузькі цільові групи, які здатні внести зміни в потрібні типи об'єктів [72, с. 28]. Також Г. Почепцов зазначає, що стратегічні комунікації, трансформуючи у першу чергу інформаційний простір, демонструють результати в інших просторах: військовому, дипломатичному, економічному, політичному та соціальному. Власне ця теза підтверджує їх універсальність та адаптованість під різні стратегічні цілі і сфери.

Внаслідок цього, часто науковці розглядали стратегічні комунікації та підходи до їх визначення і трактувань через призму поглядів наукових галузей, в межах яких здійснювався науковий аналіз, тобто в контексті військових, політичних, філологічних, юридичних наук та науки державного управління, тому поки що немає єдиного усталеного підходу та універсального визначення самого терміну «стратегічні комунікації».

У сфері науки державного управління найактуальніше визначення поняття «стратегічні комунікації» дали автори словника «Стратегічні комунікації» Т. Попова та В. Ліпкан. У їхній інтерпретації стратегічні комунікації – це «скоординовані урядом держави зусилля, спрямовані на розуміння цільової аудиторії, з метою створення, зміцнення та збереження сприятливих умов для просування національних інтересів, політики та цілей держави через використання узгоджених концепцій, стратегій, доктрин і програм, планів, тем, меседжів і продуктів, поєднані та синхронізовані з діями усіх елементів національної могутності» [64, с. 350].

На рівні стратегічних документів в українському публічному секторі поняття «стратегічні комунікації» вперше з'явилося в законодавстві як «скоординоване і належне використання комунікативних можливостей держави – публічної дипломатії, зв'язків з громадськістю, військових зв'язків,

інформаційних та психологічних операцій, заходів, спрямованих на просування цілей держави» [81] і було закріплено у новій редакції «Воєнної доктрини України» у 2015 році,

Згодом, визначення поняття «стратегічні комунікації» і його теоретичні засади були відображені в низці стратегічних та нормативних документів, Доктрині інформаційної безпеки [83], підзаконних актах центральних органів виконавчої влади, уповноважених на розробку і реалізацію державної політики у сфері стратегічних комунікацій [76].

Що стосується цифрової дипломатії, то вона переважно 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 [70], Н. Піпченко – цифрову дипломатію як інструмент зовнішньополітичної діяльності США [71]. Цифрова дипломатія як інструмент масової комунікації є об'єктом вивчення в статті В. Степанова та К. Бричук [86]. Також, питання цифрової дипломатії обговорювали й на міжнародній науковій конференції «Криза сучасної системи безпеки: нова карта геополітичних протистоянь» [67]. Таким чином, можна вести мову про певний накопичений масив даних про цифрову дипломатію,

Окрім цього, спостерігається відсутність однозначного трактування термінології серед дослідників. Зокрема, О. Сегеда аналізує еволюцію поняття «публічна дипломатія» у світовій та українській дипломатичній практиці, досліджує можливості використання потенціалу публічної дипломатії України в цифровому вимірі [85]. А. Овцера досліджує «твітер-дипломатію» як інструмент зовнішньої політики [69], а Я. Турчин – електронну дипломатію як важливу складову зовнішньої політики держави [88]. Певну неузгодженість понять можна пояснити новизною напрямку публічної дипломатії та довготривалою відсутністю будь-якої стратегії, яка б змогла чітко окреслити сутність і зміст цифрової дипломатії в українському контексті.

Перша стратегія публічної дипломатії було прийнята Міністерством закордонних справ у 2020 році та розрахована на період 2021-2025 роки. Відповідно до цієї стратегії, публічна дипломатія вважається невіддільною частиною національної стратегічної комунікації. Цифрова дипломатія визначається як напрям публічної дипломатії, що передбачає використання цифрових технологій і платформ, а також взаємодію з ними для захисту національних інтересів країни [87, с. 15]. Професійне та систематичне використання можливостей соціальних мереж і цифрових платформ дозволяє налагодити пряму комунікацію з громадянами іноземних країн з метою формування у них позитивного сприйняття України.

Однак, сьогодні більшість стратегічних документів містять згадки щодо реалізації завдань цифрової дипломатії та стратегічних комунікацій досить неявно або побіжно, здебільшого у контексті необхідності утвердження провідного місця України у системі міжнародних відносин, зміцнення міжнародного авторитету держави, підтримки інтеграції України у світовий інформаційний простір, популяризації України у світі та просування її інтересів. Примітно, що виступаючи одним з ключових сучасних інструментів забезпечення національної безпеки держави, цифрова дипломатія та стратегічні комунікації жодним чином не закріплені у «Стратегії національної безпеки України». Навіть для української влади цифрова дипломатія та стратегічні комунікації здебільшого залишаються малозрозумілим концептом [76]. Ще більшу нестачу розуміння термінології можна спостерігати, намагаючись пояснити різницю між цифровою дипломатією та стратегічними комунікаціями. Тому питання цифрової дипломатії як інструменту стратегічних комунікацій держави все ж потребує додаткових досліджень, зважаючи на новизну самого явища та невивченість його інструментів.

Цифрова дипломатія, виступаючи напрямком публічної дипломатії, зазвичай розглядається як один з основних інструментів стратегічних комунікацій держави, що включає різні методи комунікації для інформування та взаємодії з іноземною громадськістю з метою просування інтересів

національних держав [21, с. 276]. Однак, варто розуміти, що цифрова дипломатія не є повністю підпорядкованою стратегічним комунікаціям. Також, поняття стратегічних комунікацій, публічної дипломатії та цифрової дипломатії не є тотожними і взаємозамінними.



Рис. 1.1. Схематичне зображення взаємозв'язку між стратегічними комунікаціями, публічною дипломатією та цифровою дипломатією.

Джерело: складено авторкою за [42, с. 41].

Як слушно звертає увагу американський науковець К. Пол відмінним фактором, що відрізняє публічну дипломатію від стратегічних комунікацій є її зусилля «налагодити стосунки, сприяти взаєморозумінню та сприяти взаємодії з іноземною аудиторією». Різниця, яку виявив К. Пол, полягає не в меті, а в часовому горизонті. Аспекти публічної дипломатії, які знаходяться поза межами стратегічної комунікаційної бульбашки (рис. 1.1) – культурний обмін, налагодження стосунків, діалог тощо – спрямовані у майбутнє. Ці зусилля спрямовані на те, щоб зробити середовище більш сприятливим для досягнення цілей національної політики, які К. Пол призначає стратегічній комунікації. У той час як стратегічні комунікації спрямовані на миттєву реакцію на поточні події, то публічна дипломатія прагне встановити довгострокову довіру, щоб

ефективніше досягати як поточних, так і майбутніх цілей. Однак дослідник опускає суть, коли називає публічну дипломатію «незорієнтованою та безцільною», стверджуючи, що вона «абсолютно не має нічого спільного з поточними національними цілями державної політики» [42, с. 41].

Зібравши найголовніше з усіх наведених дефініцій можна сказати, що у наукових джерелах стратегічні комунікації характеризуються, з одного боку, як основа процесу управлінської діяльності, а з іншого – як управлінська технологія. Узагальнена сутність стратегічних комунікацій зводиться до того, що суб'єкт, використовуючи власний комунікаційний потенціал та можливості інших стейкхолдерів, здійснює інформаційний вплив на цільові аудиторії з метою зміни їх сприйняття та поведінки заради досягнення визначених стратегічних цілей.

З іншого боку, цифрова дипломатія в загальних рисах – це використання інформаційно-комунікаційних технологій задля досягнення поставлених зовнішньополітичних цілей, серед яких – захист інтересів, суверенітету та цілісності держави, формування та підтримка її іміджу як сучасної, надійної країни-партнера [61, с. 11]. Простіше кажучи, цифрова дипломатія – це елемент публічної дипломатії, спрямований на вирішення зовнішньополітичних завдань держави із залученням громадянського суспільства, інформаційно-телекомунікаційних, гуманітарних засобів і технологій. Суть цифрової дипломатії полягає у тому, що міжнародні актори на наднаціональному, національному та субнаціональному рівнях застосовують інформаційно-цифрові технології у зовнішніх зносинах для досягнення цілей і завдань зовнішньої політики мирним шляхом.

Отже, цифрова дипломатія у вузькому значенні стосується лише дипломатичної діяльності, яка здійснюється щодо конкретних цілей через мережеві інформаційні платформи, такі як «Фейсбук», «Інстаграм», «Твітер», «Тікток» тощо. У цьому сенсі поняття «цифрової дипломатії» в основному використовується у сфері здійснення публічної дипломатії. Цифрова дипломатія в широкому розумінні стосується використання можливостей

мережі «Інтернет» та інформаційно-цифрових технологій у всіх аспектах дипломатичної діяльності, включаючи прийняття рішень, реалізацію та оцінку зовнішньої політики. Таке широке тлумачення дозволяє уникнути обмеження «цифрової дипломатії» інструментами соціальних мереж.

Таким чином, внаслідок аналізу наукових та документальних визначень цифрової дипломатії та стратегічних комунікацій, можна констатувати, що цифрову дипломатію доцільно розглядати як інструмент стратегічних комунікацій держави.

1.2. Основні форми реалізації цифрової дипломатії

Дипломатії завжди доводилося пристосовуватися і змінюватися відповідно до конкретних комунікаційних форм свого середовища. За словами Л. Рітто, який описав перехід у технічних інноваціях, телефон, що з'явився після телеграфу наприкінці XIX століття, допоміг ще більше покращити зв'язок між країнами та дипломатичними посланцями, збільшивши швидкість і точність комунікацій. Потім з'явилася система факсимільного зв'язку, яка дозволяла передавати документи та зображення з однієї частини світу в іншу за лічені хвилини, що допомогло значно посилити комунікацію в дипломатичному світі [47]. До появи інтернету публічна дипломатія охоплювала такі програми впливу на інші держави як: інформаційну пропаганду, здійснювану через радіо і телебачення; навчання окремих соціально-професійних груп населення з метою формування лояльної еліти й поширення політичної культури за допомогою виставкової діяльності, кіно тощо.

Інтернет став революційною технологією, яка змінила спосіб спілкування, обміну інформацією та ведення бізнесу. Т. Фрідман стверджує, що інтернет відіграв вирішальну роль у вирівнюванні умов гри в усьому світі, дозволивши будь-кому і будь-де комунікувати безпосередньо один з одним та мати доступ до актуальної інформації. Це робить світ, за його термінологією, все більш «пласким» [15].

Інтернет поступово витісняє газети, телебачення, радіо і телефони як основний засіб комунікації. За словами А. Аббасова розвиток інформаційно-цифрових технологій спричинив «поступовий перехід від телеграм до мобільних телефонів, а нещодавно й до скайпу, від поштових листів до електронної пошти, від коротких смс-повідомлень до постів у твіттері, від друкованих запрошень до публікацій подій у фейсбуці, від телевізійних анонсів до каналів на ютубі, від дорогих зустрічей до вебконференцій і навіть від фізичних посольств до віртуальних місій, що функціонують у віртуальній мережі» [1, с. 7].

Разом з тим, поява інтернету вплинула на зовнішню політику, як і на будь-яку іншу сферу державної політики. Згідно з Р. Грантом зараз ця технологія контролює спосіб, у який інформація поширюється по всьому світу. Це дозволило «новинам», які є основним матеріалом зовнішньої політики та способом взаємодії урядів один з одним, стати швидшими, доступнішими та здатними досягти майже кожного куточка світу. На взаємодію урядів, яка є метою дипломатії, ці зміни впливають значним чином [20, с. 6]. Поширення мережі «Інтернет» зробило можливим вплив на закордонну аудиторію за допомогою розміщення радіо і телепередач у мережі «Інтернет»; розповсюдження літератури про власну державу у цифровому форматі; моніторингу дискусій у блог-просторі іноземних держав; створення персоніфікованих сторінок членів уряду у соціальних мережах, а також розсилки інформації через мобільні телефони.

Американський дослідник Н. Калл запропонував розділити всю зовнішньополітичну діяльність США в інтернеті на «публічну дипломатію 1.0» та «публічну дипломатію 2.0», виходячи з технологій, що використовуються при її реалізації [12, с. 3].

Технології «Web 1.0» не передбачають інтерактивності та спрямовані на односторонню форму передачі інформації. Мережа «Інтернет» використовується для розміщення пресрелізів, з якими міг ознайомитися будь-

який користувач мережі. Недоліком такої технології є неможливість для читача висловити своє ставлення до них.

Технології «Web 2.0» дозволяють користувачам не лише переглядати інформацію, розміщену на сайтах, але й оцінювати її зміст, зокрема коментувати, рекомендувати друзям, оцінювати за допомогою спеціальних реакцій тощо. Крім того, вони дали можливість пересічним громадянам не лише споживати контент, але також самостійно його створювати та викладати у мережу, що в епоху «Web 1.0» було неможливо.

Таким чином, традиційний спосіб дипломатичного спілкування полягає в тому, що дипломатичні актори оприлюднюють дипломатичну позицію своєї країни, представляють зовнішню політику та створюють імідж країни для громадськості. Це односторонній спосіб спілкування, що здійснюється в векторі «зверху-вниз».

В епоху цифрових засобів масової інформації, коли інтернет забезпечив можливість швидкого отримання актуальної інформації у режимі реального часу, традиційні авторитетні ЗМІ втратили свій статус основного джерела для поширення інформації «зверху-вниз». Соціальні медіа стали двостороннім каналом для спілкування між дипломатичними діячами та громадськістю, а спосіб взаємовідносин між ними змінився з традиційної односторонньої комунікації на двосторонню інтерактивну взаємодію.

Трансформація дипломатії стосується не лише технологій, але й самих засад такої діяльності. По-перше, йдеться у відкриття у соціальних мережах офіційних акаунтів органів влади, посольств, а також структур, спеціально створених для цифрової дипломатії. Крім цього, окремі державні службовці з власної ініціативи користуються цією можливістю для поширення як офіційних та неофіційних повідомлень, при цьому вони не обмежуються лише викладом інформації, а й готові слухати, пояснювати та обговорювати. Очевидно, що це створює нові можливості для впливу громадськості на переконання влади, та, в окремих випадках, дозволяє врахувати її позицію у процесі вироблення державної політики [26]. По-друге, ознакою сьогодення

стало вірусне поширення релевантної інформації у вигляді повідомлень, які легко сприймаються, що не залишилося поза увагою традиційних акторів публічної дипломатії. По-третє, соціальні мережі та інтернет значно полегшили завдання налагодження постійних каналів зв'язку та створення впливових мережевих структур для ефективних і злагоджених дій. Очевидним є їхні переваги у кризових ситуаціях, під час масових акцій протесту, коли користувачі технологій активно взаємодіють, проявляючи високий рівень довіри один до одного [68, с. 131-132].

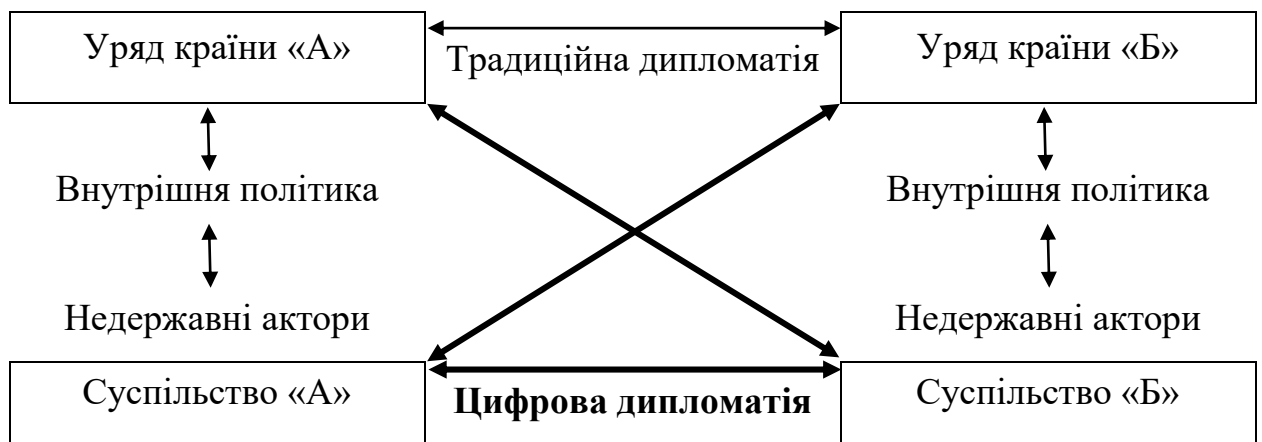


Рис. 1.2. Схематичне зображення механізму реалізації цифрової дипломатії.

Джерело: складено авторкою за [34, с. 8-10].

А. Росс стверджує, що поширення комунікаційних та інформаційних технологій не лише трансформувало засоби соціальної взаємодії та протесту, але й вказувало на революцію, що зароджувалася в дипломатії. Традиційно дипломатична практика здебільшого полягала у встановленні дружніх взаємовідносин між урядами. У деяких випадках це була взаємодія, яка спрямовувалася від урядів до суспільства, як, наприклад, у випадку з міжнародним телерадіомовленням у ХХ столітті. Однак з появою соціальних мереж і стрімким поширенням мобільних технологій комунікація все частіше відбувається за вектором «знизу-вверх», тобто від суспільства надходить до

урядів, а також охоплює взаємодію суспільств іноземних держав між собою. Цей прямий зв'язок між громадянами та урядом дозволяє дипломатам збирати нетрадиційні аудиторії та спілкуватися з ними, а громадянам, своєю чергою, впливати на свої уряди у спосіб, який був неможливий ще два десятиліття тому [48, с. 218]. Однак варто зазначити, що взаємодія «суспільство-суспільство» (рис. 1.2) може відбуватися за відсутності уряду, але вона стає публічною дипломатією лише тоді, коли вона є частиною загального плану, розробленого або принаймні погодженого урядом, і спрямована на конкретну мету [34, с. 10].

Цифрова дипломатія є новою практикою в рамках публічної дипломатії, яка виникла в контексті широкого розвитку цифрових технологій, таких як соціальні мережі, онлайн-платформи та цифрові програми. Її основна мета – просування «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 Гіллари Клінтон, виділяє три складові цифрової дипломатії:

1) Публічна дипломатія, яка в тому числі охоплює використання онлайн-платформ.

2) Набуття досвіду в технологічній політиці та розуміння впливу мережі «Інтернет» на міжнародні події, включаючи політичні рухи.

3) Вплив на політику розвитку та ефективне використання інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) для сприяння економічному зростанню в усьому світі [16].

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.

Ф. Гансон визначає вісім основних напрямів цифрової дипломатії:

1) управління знаннями, що передбачає підвищення ефективності використання накопичених органами виконавчої влади знань для забезпечення національних інтересів за кордоном;

2) публічна дипломатія – підключення нових інструментів комунікацій для підтримки зв'язків із громадськістю та оцінки громадської думки;

3) управління інформацією – сприяння об'єднанню значних інформаційних потоків для забезпечення належного реагування органів влади на соціальні та політичні зміни, що виникають у країнах і регіонах;

4) консульська підтримка – налагодження прямих каналів спілкування з громадянами, які перебувають за кордоном;

5) реагування на надзвичайні ситуації;

6) забезпечення свободи та відкритості у використанні мережі «Інтернет»;

7) зовнішні ресурси – використання онлайн-режимів для відстеження та використання зовнішніх експертних ресурсів у реалізації державних цілей;

8) політичне планування – забезпечення ефективної координації та планування зовнішньої політики у державних структурах [25, с. 4-5].

Тобто, цифрова дипломатія вирішує широке коло завдань – нових і традиційних – за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій в режимі онлайн. Її охоплення ширше за національні кордони.

У сучасних умовах, цифрова дипломатія становить складний і багатофункціональний механізм, який використовує потужність та особливості інтернет-простору для інтеграції різноманітних способів подачі інформації. Інструментарій цифрової дипломатії включає різноманітні засоби комунікації, зокрема використання електронної пошти, вебсайтів та блогів, соціальних медіа, месенджерів, інтернет-телефонії та стримінгових сервісів (рис. 1.3.). Використання цих засобів дозволяє передавати різноманітні типи інформації, такі як текстові повідомлення, графічні зображення, аудіо- та

відеофайли, що забезпечує можливість ефективної взаємодії з громадянами з різних країн світу.



Рис. 1.3. Схематичне зображення інструментарію цифрової дипломатії.

Джерело: складено авторкою.

Цифрова дипломатія використовує три основних методи для досягнення своїх цілей. Перший метод полягає в щоденній комунікації зі закордонною аудиторією для пояснення зовнішньої політики держави. Цю функцію зазвичай виконують посольства, консульства та представництва при міжнародних організаціях.

Другий метод включає проведення кампаній, спрямованих на просування бренду держави. Це означає активне просування позитивного іміджу країни, її культури, туристичної привабливості та економічного потенціалу.

Третій метод передбачає реалізацію проєктів, спрямованих на побудову рівних взаємин між країнами. Це можуть бути спільні культурні та освітні ініціативи, торговельні або економічні угоди, наукові та технологічні обміни, а також співпраця у сфері інновацій та сталого розвитку.

У порівнянні зі зрілими дипломатичними методами, такими як двосторонні переговори, багатосторонні зустрічі, медіація та посередництво, нова дипломатична практика включає не лише структурні зміни, спричинені цифровізацією традиційних дипломатичних практик, але й збільшення кількості залучених акторів та глибшої участі і більш комплексну цифровізацію дипломатії, спричинену розширенням її масштабів. Ця зміна очевидна не лише у впливі цифрової дипломатії, але й у тому, як практика цифрової дипломатії розвивалася.

Завдяки широкому застосуванню цифрових технологій і значному збільшенню швидкості розповсюдження інформації, окрім суверенних держав, важливими учасниками міжнародної системи цифрових технологій стали міжнародні організації, багатонаціональні технологічні компанії, наукові спільноти та широка громадськість.

Щодо об'єктів цифрової дипломатії, то ними виступають іноземні уряди та інші органи владної структури, включаючи представників законодавчої, виконавчої та судової влади, окремі політичні сили або постаті, еліти та лідери думок, міжурядові та неурядові комерційні і некомерційні організації, засоби масової інформації та головне – іноземна спільнота, як загалом, так і окремих держав [27, с. 281].

Громадськість є не лише об'єктом практики цифрової дипломатії, а й одним з акторів цифрової дипломатії. З одного боку, дипломатичні актори використовують цифрові медіа для встановлення порядку денного, активного привернення уваги громадськості до своїх стратегічних пріоритетів, використання мови цільової країни та проведення регулярних кількісних та якісних оцінок ефективності. З іншого боку, широка участь громадськості змінила стару концепцію, згідно з якою дипломати мають справу лише з певними соціальними прошарками, сприяла участі різних зацікавлених сторін у дипломатичній практиці та певним чином вплинула на формування національної зовнішньої політики. Крім того, двостороння взаємодія між громадськістю та цифровими дипломатичними особами створила велику

кількість насиченої інформації, яка забезпечує важливу сировину для застосування цифрових технологій, таких як штучний інтелект і великі дані, у сфері цифрової дипломатії.

Завдяки змінам у міжнародному конкурентному середовищі цифрова дипломатія з перехідної сфери міжнародної політики перетворилася на важливу силу, що впливає на функціонування міжнародної політики. Попри те, що сьогодні як у внутрішній, так і в зовнішній політиці держав, зокрема в основних міжнародних дипломатичних справах, все ще переважають традиційні дипломатичні засоби та форми, такі як візити, переговори, медіація, укладення договорів, видача дипломатичних документів, участь у міжнародних конференціях і міжнародних організаціях тощо, з розвитком цифрових технологій все більшого значення для урядів набуває використання інформаційно-комунікаційних технологій як нового інструменту для комунікації, збору інформації та просування цінностей як всередині країни, так і за кордоном [6].

Під час глобального поширення пандемії COVID-19 сфера застосування цифрової дипломатії розширилася від двосторонніх діалогів, багатосторонніх переговорів, самітів та інших форм до дипломатичного спілкування, взаємодії з громадськістю, консульської допомоги та інших аспектів. Багаторівнева, багатопрофільна та високочастотна дипломатична комунікація відіграла важливу роль у подоланні перешкод епідемії та пом'якшенні непорозумінь і протистоянь у міжнародній спільноті. Стрімкий розвиток передових технологій значною мірою вплинув на сьогоденну форму політичної комунікації на міжнародній арені. За відносно короткий час державні органи, дипломатичні служби та громадяни країн світу почали активно використовувати нові інформаційно-комунікаційні технології, як інструмент зовнішньополітичної взаємодії.

Одним з основних завдань цифрової дипломатії є покращення сприйняття країни за кордоном, поширення її цінностей, донесення певного політичного рішення чи повідомлення та його комунікація з громадськістю іноземних

держав, а отже сприяння реалізації зовнішньополітичних інтересів цієї держави. Також цифрова дипломатія має бути доволі гнучкою, і бути готовою до реагування на непередбачувані події і, у зв'язку з цим, спрямовуватись на досягнення ситуативних рішень.

Таким чином, сьогодні, у світі, де всі дедалі більше пов'язані між собою, здатність збирати та передавати інформацію широкій аудиторії з безпрецедентною швидкістю створила нові можливості для політичних лідерів та урядових відомств обмінюватися повідомленнями та формувати політичний порядок денний поза традиційними каналами.

Висновки до розділу

Аналіз визначень «стратегічні комунікації», «цифрова дипломатія» та «публічна дипломатія» дозволяє стверджувати, що цифрова дипломатія є напрямком публічної дипломатії та інструментом стратегічних комунікацій держави.

Потреба концептуального оформлення «цифрової дипломатії» стала природним наслідком еволюції комунікацій у XX та XXI століттях. Визначення цифрової дипломатії може бути дещо суперечливим через новизну терміну та різні точки зору щодо його актуальності на дипломатичній арені. Внаслідок узагальнення наукових та документальних підходів до визначення даного поняття було встановлено, що цифрова дипломатія – це використання інформаційно-комунікаційних технологій задля досягнення поставлених зовнішньополітичних цілей держави.

У XX столітті з'явилося визначення стратегічних комунікацій, а особливої популярності поняття почало набувати в останню декаду минулого століття. Проблемою у розумінні стратегічних комунікацій є істотно різні підходи до розуміння цього поняття в державній та недержавній сферах. У сфері науки державного управління визначення поняття «стратегічні комунікації» можна окреслити як використання власного комунікаційного потенціалу та можливостей стейкхолдерів, задля здійснення інформаційного

впливу на цільові аудиторії з метою зміни їх сприйняття та поведінки заради досягнення визначених стратегічних цілей.

В Україні наразі існує концептуальний вакуум щодо визначення понять «цифрова дипломатія» та «стратегічні комунікації». Таку неузгодженість термінології можна пояснити новизною даних явищ і довготривалою відсутністю будь-якої стратегії, яка б змогла чітко окреслити сутність і зміст цифрової дипломатії та стратегічних комунікацій в українському контексті.

З одного боку, цифрова дипломатія не відмежовується і не є заміником таких традиційних форм дипломатичних відносин як, наприклад, візити, переговори, посередництво, укладення договорів, видача дипломатичних документів, участь у міжнародних конференціях і міжнародних організаціях. Навпаки, цифрова дипломатія розглядається як потужне і вагоме доповнення до традиційних форм дипломатичної практики, що допомагає здійснювати традиційну дипломатію швидше та ефективніше, а також здатне поліпшити і прискорити дипломатичні відносини та розширити їхні рамки.

З іншого боку, характеристики безпосередності, відкритості та взаємодії цифрової дипломатії роблять її новим ефективним способом ведення дипломатичної практики, який відрізняється від традиційної дипломатії. Зокрема, цифрова дипломатія прискорила розповсюдження та поширення інформації завдяки новим каналам комунікації, розширила роль різних акторів у дипломатичній практиці та змінила характер взаємовідносин між її учасниками з односторонньої комунікації на двосторонню інтерактивну взаємодію.

На сучасному етапі цифрова дипломатія виступає комплексним та багатофункціональним механізмом, який завдяки специфіці і можливостям мережі «Інтернет» поєднує у собі все різноманіття способів подачі інформаційних матеріалів.

РОЗДІЛ 2

РОЛЬ ЦИФРОВОЇ ДИПЛОМАТІЇ У ЗДІЙСНЕННІ СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ ДЕРЖАВИ

2.1. Особливості реалізації цифрової дипломатії України: стратегічний та інституційний вимір

Реалізація цифрової дипломатії в Україні передбачає існування як стратегічного, так і інституційного вимірів. Обидва виміри мають важливе значення для успішного впровадження цифрових технологій та інструментів у зовнішньополітичну практику країни.

Наявність продуманої та актуальної стратегії формування іміджу держави, яка сповна враховує теперішні реалії та виклики, є необхідною умовою досягнення успіху у цій діяльності. Згідно з теорією С. Анголта, стратегія, сутність та символічні дії є трьома головними опорами конкурентної ідентичності держави, нестача чи слабкість кожної з них руйнує усю конструкцію [3, с. 15]. Стратегія забезпечує цілеспрямованість та узгодженість дій упродовж тривалого часу, оскільки зрозуміло, що формування привабливого іміджу не є завданням, яке можна вирішити за допомогою однієї кампанії протягом кількох місяців – для цього потрібно багато років чи, навіть, десятиліть.

Стратегічний вимір цифрової дипломатії полягає у розробці та реалізації стратегічних документів, що стосуються використання цифрових інструментів та технологій у зовнішній політиці. Це означає визначення конкретних зовнішньополітичних цілей, завдань та пріоритетів, що пов'язані з використанням цифрових ресурсів для покращення комунікацій, співпраці та досягнення бажаних результатів. Стратегічний підхід передбачає аналіз глобальних тенденцій. Така практика допомагає визначити потенційні можливості, виклики та тренди, що стосуються використання цифрових технологій у зовнішній політиці. Важливим є врахування державою своїх національних інтересів та наявного потенціалу. Також передбачається

визначення основних напрямків розвитку цифрових ініціатив, які сприятимуть підвищенню впливу країни на міжнародній арені, забезпеченню кібербезпеки, розвитку інновацій та залученню громадськості до зовнішньополітичних процесів.

На сьогодні стратегічне бачення цифрової дипломатії в Україні знаходиться у процесі розробки. Для цього напрямку основними документами є «Стратегія публічної дипломатії МЗС» та «Стратегія зовнішньої політики». Разом з тим, з моменту проголошення незалежності України було прийнято низку важливих документів, які мають стратегічне значення та визначають завдання, виконання яких покладено на цифрову дипломатію України.

Наприклад, у Законі «Про засади внутрішньої і зовнішньої політики» цифрову дипломатію прямо не згадано, однак серед основних засад зовнішньої політики наголошено на утвердженні провідного місця України у системі міжнародних відносин, зміцненні міжнародного авторитету держави, європейській та євроатлантичній інтеграції, розширення міжнародного співробітництва та інтеграції до світового інформаційного простору, що на практиці здійснюється серед іншого й зусиллями цифрової дипломатії [75].

Також у Законі «Про дипломатичну службу» передбачено, що основними завданнями органів дипломатичної служби є сприяння утвердженню міжнародного авторитету України та піднесення її іміджу як надійного та передбачуваного партнера [74]. Зокрема, це означає, що дипломатична служба України зобов'язана використовувати різноманітні інструменти та засоби, включаючи цифрову дипломатію, для досягнення цих цілей.

«Стратегія національної безпеки» містить перелік основних напрямів зовнішньополітичної та внутрішньополітичної діяльності держави для забезпечення її національних інтересів і безпеки. В рамках розвитку цифрової дипломатії важливими є, зокрема, здійснення цифрової трансформації, забезпечення надання адміністративних послуг через безпечне «єдине вікно» з використанням сучасних інформаційних технологій, поширення цифрової

грамотності, а також гарантування кіберстійкості та кібербезпеки національної інформаційної інфраструктури [81].

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. [84].

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 [79].

У представленому 14 березня 2023 року «Плані пріоритетних дій Уряду на 2023 рік», наголошено на важливості протидії антиукраїнським дезінформації та пропаганді, підвищенню обізнаності світової спільноти, збільшенню об'єктивного контенту про Україну та посиленню міжнародного авторитету України [78, с. 201].

Серед основних стратегічних документів, де безпосередньо закріплено зміст і завдання публічної та цифрової дипломатії, зокрема, можна виділити «Воєнну доктрину» [81], «Концепцію стратегічних комунікацій Міністерства оборони України та Збройних Сил України» [76], «Доктрину інформаційної безпеки України» [83] та «Стратегію публічної дипломатії Міністерства закордонних справ на 2021-2025 роки» [87].

У «Воєнній доктрині» відзначається важлива роль публічної дипломатії в рамках національних стратегічних комунікацій, під якими розуміється «скоординоване і належне використання комунікативних можливостей держави» [81]. Це один із перших національних документів, де прямо згадується поняття «публічна дипломатія».

Наказом Міністерства оборони України від 22 листопада 2017 року затверджено «Концепцію стратегічних комунікацій Міністерства оборони України та Збройних Сил України». Зокрема, серед шляхів реалізації системи стратегічних комунікацій у Міністерстві оборони та Збройних Силах розглядається «розвиток публічної дипломатії та військова підтримка публічної дипломатії, проведення інформаційних заходів у рамках міжнародного військового співробітництва» [76].

Серед державних документів, куди безпосередньо було включено поняття цифрової дипломатії, в першу чергу варто згадати прийняту у 2017 році «Доктрину інформаційної безпеки України». Серед пріоритетів державної політики в інформаційній сфері щодо формування позитивного міжнародного іміджу України в документі згадується розвиток публічної дипломатії, у тому числі культурної та цифрової [83].

У 2021 році Міністерство закордонних справ України прийняло «Стратегію публічної дипломатії на 2021-2025 роки», яка визначає цифрову дипломатію як один з важливих напрямків розвитку зовнішньої комунікації України [87]. Метою стратегії було визначено «формування позитивного образу України у світі через інституалізацію та посилення функції публічної дипломатії в роботі Міністерства закордонних справ України, Українського інституту та закордонних дипломатичних установ України, а також посилення синергії та взаємодії між ключовими урядовими та неурядовими структурами та установами, залученими до стратегічних комунікацій України» [87, с. 18]. Цей документ став стратегічною настановою, що закріплює значення та завдання цифрової дипломатії в контексті реалізації зовнішньополітичних пріоритетів України. Запровадження концепції цифрової дипломатії в роботу

Міністерства закордонних справ України стало вагомим кроком для формування стратегічного бачення Міністерства щодо використання цифрових можливостей для досягнення зовнішньополітичних цілей та підвищення впливу України в міжнародному просторі та зумовило подальшу інституціоналізацію практики цифрової дипломатії.

Цифрова дипломатія держави здійснюється за допомогою системи установ усередині держави чи поза її межами. Окрім органів влади та урядових структур спеціально створених для здійснення цифрової дипломатії, до них належать й відносно самостійні, хоча й пов'язані з державою організації. Ці організації можуть отримувати фінансування від держави, бути засновані або підпорядковані урядовим структурам або мати інші зв'язки з державою. Крім того, окремі незалежні неурядові актори також впливають на цифрову дипломатію [62, с. 60].

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

- 1) взаємодія з міжнародними цифровими платформами для просування позитивного іміджу України у світі та захисту національної безпеки;
- 2) використання цифрових інструментів для організації заходів і проєктів публічної дипломатії;
- 3) використання потенціалу соціальних мереж та взаємодія з онлайн-спільнотами для формування позитивного іміджу України та просування інтересів України у світі [87, с. 15].

Оскільки інституційна складова цифрової дипломатії є одним із найважливіших чинників її ефективності, дослідженню цього питання варто надати значну увагу.

Спершу розглянемо державні органи та структури, які формують стратегічні напрямки цифрової дипломатії та є рушійною силою її реалізації. На найвищому рівні керівництво цією сферою, як і загалом зовнішніми відносинами належить до компетенції парламентарів та глав держав [62, с. 60].

Так, Верховна Рада України, приймає нормативні акти, котрі є основною правовою базою цифрової дипломатії.

Утім, основні завдання у сфері цифрової дипломатії покладено на органи виконавчої влади з центральною роллю відомства закордонних справ [62, с. 61]. По-перше, Міністерство керує розгалуженою мережею закордонних органів зовнішніх зносин, до завдань яких входить реалізація різноманітних проєктів цифрової дипломатії. По-друге, елементи цифрової дипломатії присутні у багатьох заходах МЗС. І насамкінець центральне відомство закордонних справ виконує роль координатора діяльності, до якої залучені й інші міністерства, спеціальні структури, підзвітні різним державним органам, та неурядові органи влади [62, с. 65].

Держави, пріоритетом для яких є нарощення «м'якої сили», створюють підрозділи, до компетенції яких входить реалізація публічної дипломатії, у межах власних відомств закордонних справ [62, с. 63]. У 2015 році відповідний структурний підрозділ під назвою Управління публічної дипломатії був створений і в межах Міністерства закордонних справ України [60]. Саме тоді Міністерство оголосило про новий напрямок своєї роботи – публічна дипломатія. Створення нового підрозділу означало початок запровадження публічної дипломатії як основного механізму популяризації України у світі. Фактично саме тоді почалася інституціоналізація публічної дипломатії як окремого напрямку. Основними завданнями Управління стали розвиток зв'язків з громадськістю, громадськими об'єднаннями та засобами масової інформації інших країн та України, реалізація іміджевих, культурних та інформаційних проєктів України за кордоном, а також координація заходів інших органів виконавчої влади у цих сферах [60]. Сьогодні Департамент є основним інститутом розвитку та впровадження публічної дипломатії в Україні.

З-поміж інших органів державної влади, які займаються певними напрямками цифрової дипломатії, варто відзначити Міністерство культури та інформаційної політики, яке здійснює різноманітні культурні заходи, зокрема

для представлення країни за кордоном; Міністерство освіти і науки – реалізує програми освітніх та наукових обмінів; Міністерство оборони – найчастіше у випадках утілення стратегій розумної сили; Міністерство інфраструктури – організує виставкові заходи, пов’язані з транспортними коридорами; Міністерство економічного розвитку – створює відео ролики про інфраструктуру та туристичні можливості України [77].

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]. 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 [57].

Попри важливість центральних органів влади, які забезпечують керівництво, все ж виконання основної роботи покладено на спеціалізовані структури. З-поміж них можна виділити як установи, основним завданням яких є здійснення цифрової дипломатії, так і ті, котрі зосереджують свою увагу першочергово на інших цілях, зокрема підтримці економічного розвитку чи сприянні демократії. До державних чи навіолодержавних структур цифрової дипломатії можна віднести: а) установи, які поширюють культуру, мову і цінності країни, а також працюють над покращенням її іміджу; б) організації міжнародного телемовлення; в) організації у сфері освітніх програм [62, с. 66].

Усе більше держав створюють організації, за кордоном, які можуть підпорядковуватися МЗС, бути відокремленими інституціями чи існувати як громадські організації, що безпосередньо не впливає на їхній тісний зв’язок зі своєю державою [62, с. 66].

Аналогічно і в Україні існує подібна організація під назвою Український інститут. Відповідно до концепції, запропонованої Міністерством культури та інформаційної політики, Інститут діє як громадська організація мережевого

типу. Сьогодні Український інститут активно та повноцінно функціонує в системі управління Міністерства закордонних справ України, реалізуючи низку програм зміцнення внутрішньої та міжнародної суб'єктності України [89].

Метою міжнародного телерадіомовлення є донесення позиції держави та вплив на широку іноземну аудиторію, а у теперішній час також й ініціювання діалогу та співпраці з громадськістю інших країн [10, с. 18]. Таку діяльність реалізують за допомогою державних чи близьких до держави телерадіомовників або ж через розміщення своїх передач на іноземних загальнонаціональних чи місцевих радіоканалах, а останнім часом і в інтернеті [43, с. 161]. Залежно від цільових аудиторій мовлення здійснюють різними мовами, обираючи відповідний до інтересів аудиторій контент та вживаючи заходи з метою популяризації каналу у певних країнах [62, с. 68].

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» [82]. З метою підтримки України мовники 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-проектів та кампаній, цифрових рішень, аналітичних продуктів та досліджень. Один із ключових проектів, реалізованих командою, – «Ukraine.ua». Проект 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 проекту 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 [56].

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 [19].

Таким чином, стратегічний вимір цифрової дипломатії полягає у розробці та реалізації конкретних цілей та завдань, орієнтованих на довгострокову перспективу. Основними стратегічними документами, що регламентують розвиток цифрової дипломатії в Україні є «Стратегія публічної дипломатії МЗС» та «Стратегія зовнішньої політики». Відтак, з одного боку, відсутність загальнодержавної стратегії цифрової дипломатії є одним з основних проблемних моментів у розвитку напрямку, а з іншого, її розробка сьогодні є одним із головних завдань влади. Також розробка стратегії має супроводжуватися напрацюванням та посиленням стратегічних комунікацій.

Успішна розробка і реалізація публічної 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 у сучасних умовах постійно зростає.

2.2. Міжнародний досвід використання цифрової дипломатії у стратегічних комунікаціях

Цифрова дипломатія орієнтована на забезпечення досягнення зовнішньополітичних цілей держави та залежить від обраного поточним урядом курсу, а також, як правило, охоплює й питання стратегічних комунікацій. Великий досвід спілкування з іноземними аудиторіями є у багатьох держав світу, які намагаються впливати на регіональні та глобальні процеси. Упродовж останніх десятиліть усе більше із них створюють власні структури і механізми цифрової дипломатії на основі відповідних науково-технічних напрацювань. Чимало іноземних урядів використовують можливості вебсайтів, блогів та соціальних мереж для просування своїх зовнішньополітичних цілей та створення позитивного іміджу. Сьогодні держави активно використовують ці канали зв'язку, щоб спілкуватися зі світом, аби донести свої погляди та залучити увагу глобальної аудиторії.

Традиційна дипломатія в основному базувалася на представництві. Надзвичайний і повноважний посол вважався представником одного правителя при дворі іншого, тобто мав право вести переговори і підписувати договори від імені свого короля. Відсутність офіційного представництва була серйозним обмеженням для традиційної дипломатії. Сьогодні, завдяки розвитку інформаційних технологій, відсутність фізичного представництва не означає відсутності можливості комунікації. Державні департаменти створюють віртуальні посольства замість традиційних фізичних.

Прикладом такого підходу є Віртуальне посольство у Тегерані, створене Державним департаментом США у 2011 році [36, с. 8]. Вебсайт був створений з метою спілкування з громадянами Ірану в онлайн-режимі, оскільки обидві країни не мають дипломатичних зв'язків. Таким чином, віртуальне посольство надало можливість взаємодії, яка була б неможливою у фізичному просторі. Варто зауважити, що наразі існує близько 40 віртуальних представництв США за кордоном. Інший приклад – це ініціатива МЗС Швеції, яке у 2007 році відкрило посольство у віртуальному світі «Second Life». Посольство мало стати культурним центром, де б демонструвалися шведське мистецтво через галерейні виставки, лекції та концерти [40]. Завдяки мільйонам користувачів з усього світу, які відвідують «Second Life», це віртуальне посольство стало першим у світі глобальним представництвом держави.

Та по-справжньому розкрити потенціал цифрової дипломатії дозволила поява у 2006 році соціальної мережі «Твітер». Дипломати та лідери держав вподобали формат коротких дописів, що пропонує платформа, адже вона 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. 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 [10].

З метою отримання чіткої та послідовної картини щодо розвитку цифрової дипломатії за допомогою вимірюваних даних про онлайн-комунікацію, міжнародна неурядова організація «Reputation Squad» розробила індекс цифрової дипломатії (Додаток Б). Основна мета проєкту – надати засоби для точного й об'єктивного вимірювання ефективності світових держав на новому етапі міжнародних відносин в інтернеті [14].

Дані для побудови Індексу цифрової дипломатії та його різноманітних індикаторів, базуються на присутності в соціальній мережі «Твітер» і діяльності країн G-20 через такі облікові записи: особистий кабінет лідера

країни, акаунт Міністерства закордонних справ країни або еквівалент, акаунт міністра закордонних справ країни або еквівалент, облікові записи посольств країни в країнах G-20 [14]. Разом ці облікові записи утворюють так звану «дипломатичну мережу» держави у твітері. Перші місця в рейтингу займають США, Індія та Франція (Додаток Б).

Державний департамент США вважають авангардом цифрової дипломатії. Департамент називає цифрову дипломатію «державним мистецтвом ХХІ століття, яке доповнює традиційні інструменти зовнішньої політики новими інноваційними та адаптованими інструментами державного управління» [90]. Інформаційно-комунікаційні технології активно використовуються державними структурами для залучення все більшої кількості зацікавлених сторін по всьому світу. Державний департамент США був першим міністерством закордонних справ, яке створило спеціальний підрозділ, який стосувався питань цифрової дипломатії. У 2002 році було створено Робочу групу з питань цифрової дипломатії. Згодом робоча група була перейменована на Офіс цифрової дипломатії, який налічував понад 150 штатних співробітників [38]. Офіс цифрової дипломатії було створено з метою подолання інформаційних бар'єрів, що призвели до терактів 11 вересня 2001 року, а також для покращення спроможності Державного департаменту ділитися та обмінюватися інформацією [24, с. 3].

У 2006 році Державний департамент США запустив корпоративний інтернет-ресурс під назвою «Диплопедія». Доступ до цієї платформи відкритий співробітникам Державного департаменту і відділу національного розвитку США. Інформаційний ресурс заснований на концептуальних принципах порталу «Вікіпедія», коли база даних формується безпосередньо самим користувачами, та містить унікальну базу знань у сфері дипломатії, міжнародних відносин і досвіду Державного департаменту [2].

У 2007 році Держдепартамент заснував блог «DipNote», який став форумом для неформальних обговорень між громадськістю та високопоставленими чиновниками департаменту щодо закордонних справ і

глобальних питань. У 2009 році платформа була реформована. Значна увага почала приділятися перекладу на різні мови й узагальненню промов президента і ключових політиків та їх розповсюдження за допомогою твіттера й інших соціальних мереж [58].

Ще один проєкт розроблений Офісом цифрової дипломатії – Віртуальний студент дипломатичної служби. Це інтернет-програма стажувань, яка надає студентам можливість брати участь у дипломатичних місіях [59].

Бюро управління інформаційних ресурсів Державного департаменту розробило внутрішню соціальну мережу «Corridor», що орієнтована на користування нею співробітниками Держдепартаменту та представниками інших владних структур США. Платформа виступає гібридом соціальних мереж «Лінкедин» та «Фейсбук» та налічує близько 10,000 користувачів [24, с. 32-36].

Усі ці програми та сервіси успішно виконують свої функції на практиці, сприяючи розвитку цифрової дипломатії та підвищенню ефективності зовнішньої політики США.

Індія випереджає інші азійські країни у сфері цифрових технологій. Навіть при обмежених ресурсах, країна вкладає значні кошти у розвиток своєї присутності в інтернеті. Індія є першою серед країн, що розвиваються, та країн БРІКС, яка досягла значного прогресу у розвитку цифрових практик. З огляду на зростання ролі цифрових технологій у дипломатії, з приходом до влади нинішній прем'єр-міністр Індії Нарендра Моді закликав дипломатів «позбутися старих ідей» та «зберегти передову перевагу цифрової дипломатії» [9].

Відтоді як у 2006 році в країні було створено Відділ публічної дипломатії й облікові записи міністерств і посольств в соціальних мережах, Індія посіла передове місце на міжнародній дипломатичній арені. Одним із найважливіших кроків було відкриття облікового запису IndianDiplomacy у соціальних мережах «Твітер» та «Фейсбук», а також на стримінговій платформі «Ютуб», що став першим урядовим порталом, який використовував інструменти Web

2.0. Держава є світовим лідером за кількістю підписників на своїх дипломатичних акаунтах. Політичні лідери країни та представники державних структур є одними з найактивніших користувачів соціальних мереж [56]. Наприклад, середній показник активності зовнішньополітичних відомств країни у мережі «Твітер» становить 43,1 твітів на місяць [14]. Успішним кейсом є приклад активного використання Міністерством закордонних справ Індії можливостей цифрових технологій для успішної евакуації понад 18 000 громадян Індії під час громадянської війни в Лівії у 2011 році [31].

Перш за все, країна активно намагається залучити нові аудиторії, використовуючи цифрові технології. Крім того, уряд активно використовує інформаційні платформи як нові інструменти дипломатії. Щодо конкретних заходів, Індія зосереджується на п'яти аспектах: встановлення активних зв'язків з закордонними індійцями; розвиток контактів з іноземними бізнес-організаціями; оновлення змісту зовнішньої допомоги та планів розвитку; використання інформаційних приводів для просування іміджу Індії та її «національного бренду», а також використання нових соціальних медіа для залучення молодшої технічно підкованої аудиторії. Усі ці заходи спрямовані на максимальне використання цифрових технологій для досягнення дипломатичних стратегічних цілей держави.

За останнє десятиліття Індія кардинально змінила дипломатичні цілі та інструменти. Сьогодні країна успішно використовує потенціал інформаційно-комунікаційних технологій для нарощення своєї «м'якої сили» і розширення дипломатичного впливу.

Серед країн Європи Франція разом із Великобританією зарекомендували себе як лідери у сфері цифрової дипломатії. Розвиток цифрової дипломатії у Франції, який визначений Міністерством Європи та закордонних справ Франції як пріоритетний, був започаткований запуском першого вебсайту Міністерства закордонних справ у 1995 році. Після цього відбулося розширення присутності дипломатичних відомств в соціальних мережах. Міжнародна цифрова стратегія Франції, розроблена в 2017 році, сприяла

зміцненню Франції як центру розвитку цифрових технологій на регіональному та міжнародному рівнях [51]. Таким чином, цифрова дипломатія використовується країною не лише для сприяння діалогу зі своїм населенням, але й для підтримки дипломатичної мережі та поширення французької культури та мови за кордоном. Хоча онлайн-спільноти Франції не розвиваються так швидко, як американські та індійські, країна має значний потенціал для залучення нових аудиторій. Цифрові канали Франції приваблюють в середньому 80 тисяч нових підписників щомісяця [14].

У структурі Міністерства закордонних справ Великої Британії діє Офіс цифрової дипломатії, який бере участь в організації низки заходів в контексті цифрової дипломатії. З моменту створення Групи цифрової дипломатії у 2011 році процес цифрової трансформації британської дипломатії дозволив країні просувати свою національну культурну спадщину. Цифрова дипломатія Великої Британії охоплює широкий спектр сфер, від культури та креативних індустрій, які виграли від нових способів комунікації, до політичної та соціальної сфер. Особливо в контексті голосування на референдумі щодо Брекситу, цифрова дипломатія відіграла важливу роль, використовуючись для інформування іноземної громадськості та урядів.

Цифрові інструменти також можуть використовуватися для створення транснаціональних мереж. Іноді такі мережі можуть включати урядові структури та неприбуткові організації, які співпрацюють під час проведення адвокаційних кампаній. Прикладом є кампанія Міністерства закордонних справ Великої Британії з протидії сексуальному насильству під час збройних конфліктів. Через глобальну мережу організацій громадянського суспільства, приватних осіб і дипломатів, МЗС прагнуло сформувати «бренд» країни із гуманістичними цінностями та дистанціюватися від спадщини вторгнення в Ірак та Афганістан [41].

У сучасній дипломатії, національний брендинг часто розглядається як мистецтво створення та просування іміджу країни за кордоном, і цифрові інструменти зарекомендували себе як потужний засіб для досягнення цієї

мети. Ще одним прикладом успішного використання цифрових інструментів у національному брендингу є національний додаток емодзі Фінляндії. Цей додаток дозволяє користувачам використовувати різноманітні емодзі та зображення, що представляють культуру та історію Фінляндії. Завдяки цьому проєкту Фінляндія змогла позиціювати себе як яскрава, технологічно орієнтована і гумористична нація, кинувши виклик загальному сприйняттю її як похмурої та безлюдної країни [35, с. 42-43].

Сучасні дипломатичні представництва створюють інтерактивні вебсайти, ведуть акаунти у соціальних мережах та власні блоги. Наприклад, посольство Австралії в Папуа-Новій Гвінеї запровадило практику проведення тематичних сесій «запитань і відповідей» у прямому ефірі. Гештеги на кшталт #NewColomboPlan і #innovationXchange використовуються Міністерством закордонних справ і торгівлі Австралії для просування ініціатив і налагодження зв'язків між зацікавленими сторонами. Також уряд Австралії створив вебсайт та мобільний додаток під назвою «Smartraveller», де австралійські громадяни можуть отримати консультації щодо подорожей. Окрім цього, проєкт функціонує як платформа для організації онлайн-форумів [8].

В Африці, попри нещодавнє поширення нових технологій серед великої кількості громадськості, цифрова дипломатія ще не отримала значної популярності. Відповідно до звіту Міжнародного союзу електрозв'язку за 2022 рік, Африка була передовим регіоном з точки зору зростання швидкості поширення мобільного широкосмугового зв'язку [18, с. 14]. Проте лише 33% населення мали доступ до інтернету у 2021 році [18, с. 21]. Хоча сьогодні все більше африканських міністерств закордонних справ використовують можливості мережі «Інтернет» та соціальних мереж для досягнення зовнішньополітичних цілей, відсоток африканських країн, які максимально застосовують потенціал цифрової дипломатії, залишається мізерно низьким. Багато африканських лідерів не мають облікових записів у таких соціальних мережах як «Фейсбук» та «Твітер». Згідно з дослідженням організації

«Twiplomacy» 2022 року, президент Кенії Вільям Руто є найпопулярнішим політичним лідером Африки, на декілька позицій випереджаючи очільників Південноафриканської Республіки та Уганди [54]. У світовому рейтингу політик займає 13-ту сходинку (Додаток В).

Таким чином, цифрові інструменти надають можливість швидко та ефективно спілкуватися з аудиторією за межами національних кордонів, просувати інтереси країни та впливати на глобальну суспільну думку. Міжнародний досвід показує, що ефективне використання цифрової дипломатії може мати значний вплив на міжнародні відносини та сприяти досягненню національних цілей. Вона стає потужним інструментом для зміцнення дипломатичної присутності, розширення впливу країни та підтримки співпраці з іншими державами.

2.3. Оцінка сучасного стану реалізації цифрової дипломатії в Україні

Для оцінки стану реалізації та сучасних викликів цифровій дипломатії у рамках дослідження було проведено опитування експертного кола. Опитування проводилось з 1 травня до 8 червня 2023 року методом електронного анкетування через програмне забезпечення «Гугл форми». Для опитування експертів було розроблено анкету, що містила 22 запитання. Опитувальник складався з двох частин: тематичного блоку з 14 закритими та 3 відкритими запитаннями, а також соціально-демографічного блоку з 5 запитань для оцінки якості вибірки (Додаток А).

В анкетному опитуванні взяли участь 17 експертів, з яких 11 жінок та 6 чоловіків, що становить 64,7% та 35,3% відповідно. Вік опитаних коливається в межах від 22 до 55 років, що дозволило відобразити думку і погляди різних вікових категорій населення. Серед респондентів переважають люди віком від 25 до 34 років, які склали 35,3% усіх опитаних. Люди віком від 35 до 49 років становлять 29,4% всіх респондентів, 23,5% – у віковій категорії 18-24 роки та 11,8% – 50 років і старші (рис. 2.1.).

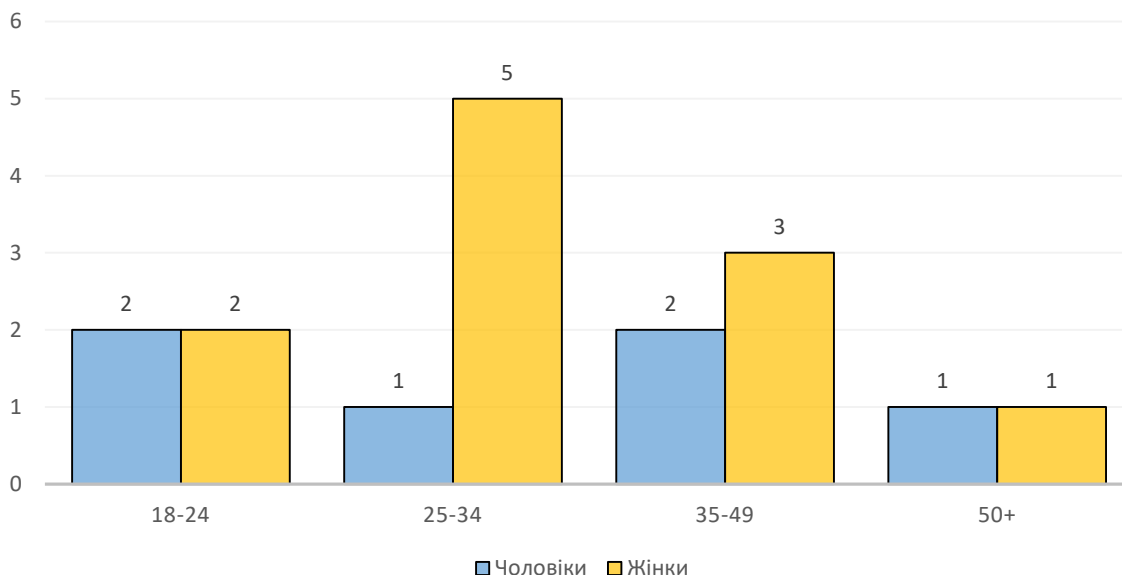


Рис. 2.1. Статеві-вікова структура респондентів, які брали участь в опитуванні.

Джерело: складено авторкою на основі даних експертного анкетування.

До вибірки увійшли українські науковці, громадські діячі, дипломати та державні службовці, чия професійна діяльність прямо або опосередковано стосується сфери цифрової дипломатії (рис. 2.2).

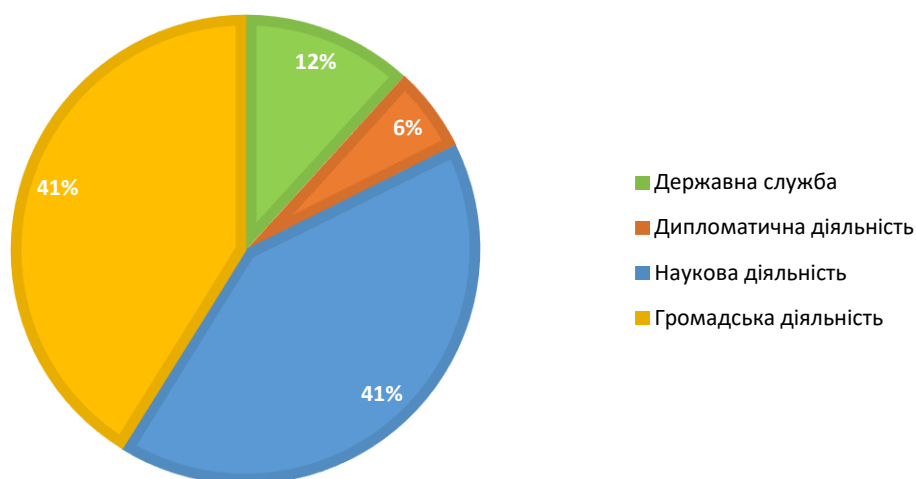


Рис. 2.2. Розподіл респондентів за основними видами діяльності.

Джерело: складено авторкою на основі даних експертного анкетування.

У державному секторі працює 52,9% опитаних респондентів, у той час як 47,1% представляють некомерційний сектор (рис. 2.3.).

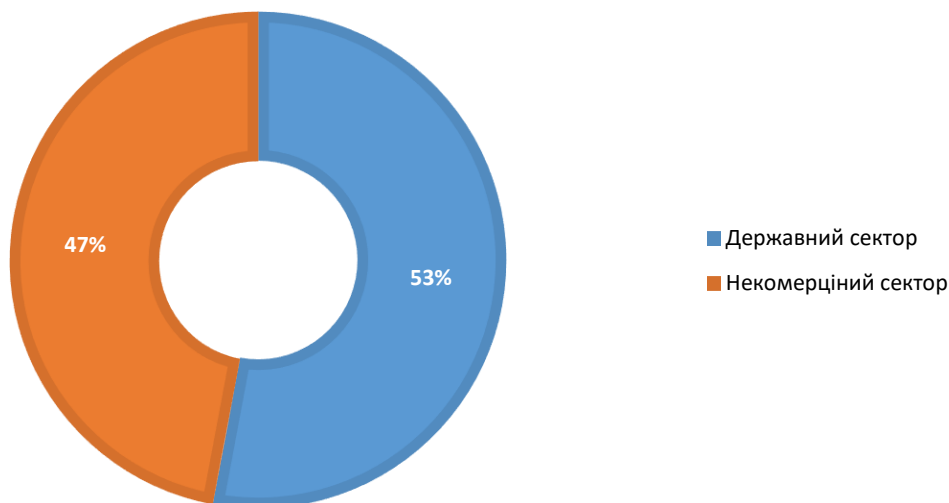


Рис. 2.3. Розподіл основних видів діяльності респондентів відповідно до секторів економіки.

Джерело: складено авторкою на основі даних експертного анкетування.

Умовою включення до вибірки було здобуття респондентом повної вищої освіти та отримання освітнього ступеня магістра. Окрім цього, 41,2% опитаних володіють науковим ступенем доктора філософії або освітньо-творчим ступенем доктора мистецтва (рис. 2.4).

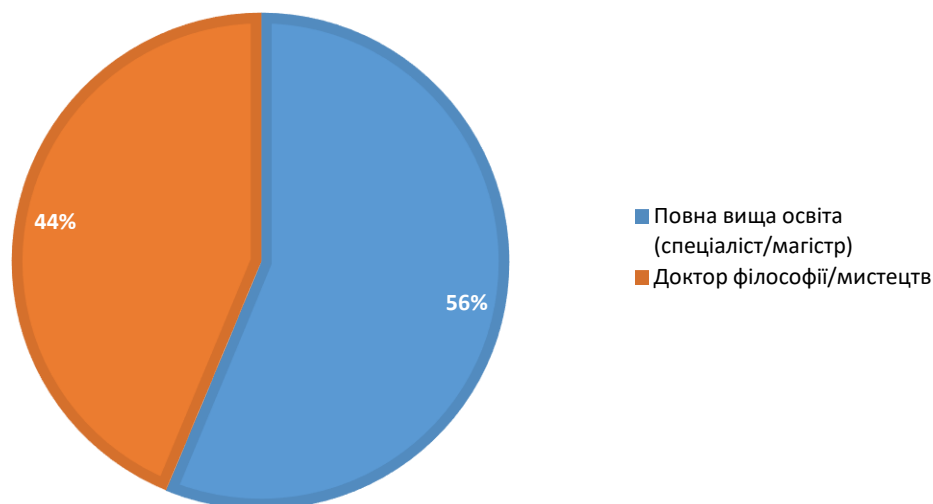


Рис. 2.4. Розподіл респондентів за рівнями освіти.

Джерело: складено авторкою на основі даних експертного анкетування.

Для визначення компетентності відібраних експертів та підтвердження репрезентативності експертної групи було використано метод самооцінки, який передбачав заповнення експертами анкети. Респондентам потрібно було самостійно оцінити рівень своєї обізнаності щодо концепції цифрової дипломатії за п'ятибальною шкалою, де 1 бал відображав відсутність знань, а 5 балів – повну обізнаність. До вибірки були включені експерти, які оцінили свій рівень компетентності від 3 балів і вище (рис. 2.5).

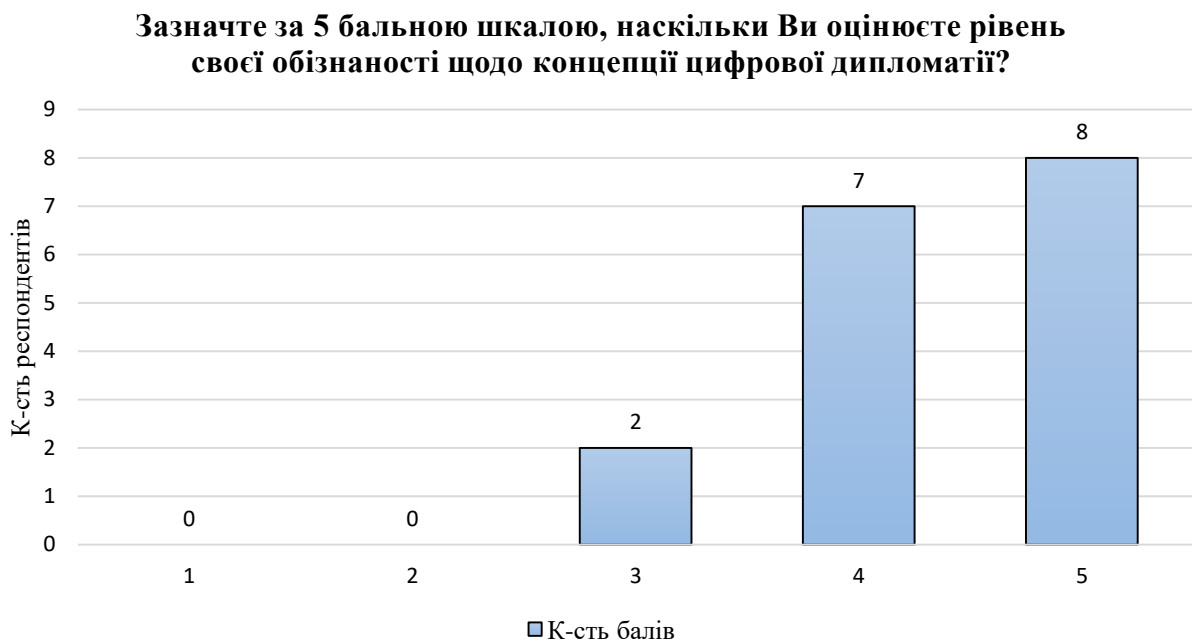


Рис. 2.5. Рівень обізнаності респондентів щодо концепції цифрової дипломатії.

Джерело: складено авторкою на основі даних експертного анкетування.

Отже, експерти, які брали участь в анкетуванні володіють достатнім рівнем компетентності та мають право залишитися у сформованій групі, а результати опитування можна вважати репрезентативними.

Тематичний блок анкети містив запитання, які дозволили оцінити різні аспекти реалізації цифрової дипломатії. Була проведена оцінка загального стану цифрової дипломатії, встановлено виклики та перспективи її розвитку. Додатково, анкета включала запитання, що дозволяли оцінити діяльність ключових суб'єктів, систематичність використання інструментарію та

дотримання стратегічних напрямків (Додаток А). Такий підхід дозволив отримати всебічну оцінку рівня розвитку явища, виявити сильні та слабкі сторони та визначити можливі напрямки для подальшого вдосконалення.

Згідно з отриманими даними, експерти позитивно оцінюють сучасний стан реалізації цифрової дипломатії в Україні. 41,2% респондентів висловили думку, що стан реалізації цифрової дипломатії є позитивним, тоді як 58,9% оцінили його як скоріше позитивний (рис. 2.6.). Це свідчить про те, що цифрова дипломатія в країні розвивається у правильному напрямку і має позитивний вплив на зовнішні відносини, хоча можуть існувати деякі проблемні аспекти та виклики, які ще потребують вирішення.

Як би Ви оцінили стан реалізації цифрової дипломатії в Україні на сьогодні?

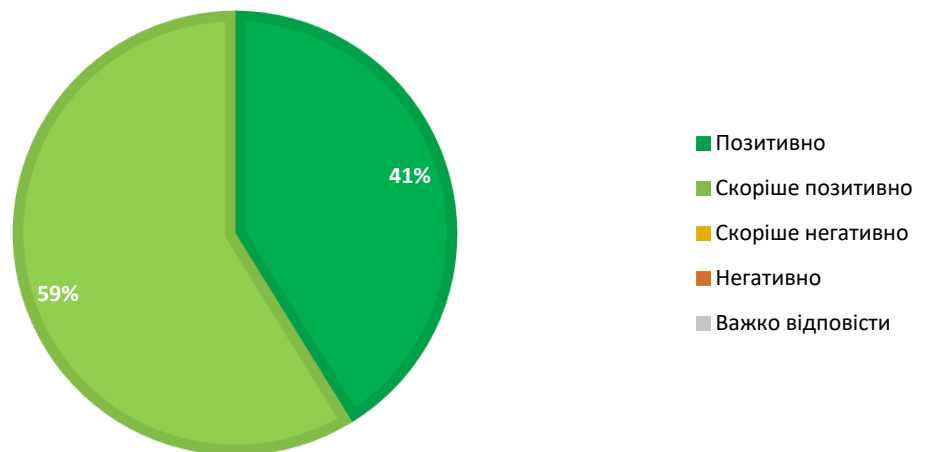


Рис. 2.6. Результати опитування експертів щодо сучасного стану реалізації цифрової дипломатії в Україні.

Джерело: складено авторкою на основі даних експертного анкетування.

Експертам було запропоновано оцінити ефективність діяльності у сфері реалізації цифрової дипломатії трьох груп суб'єктів: державних відомств, приватних корпорацій та громадськості. Оцінювання проводилося за п'ятибальною шкалою, де 1 бал означав, що діяльність суб'єкта є зовсім неефективною, а 5 балів – дуже ефективною. Загалом, експерти високо оцінили роль громадськості. Зокрема, 29,4% респондентів вважають її

діяльність дуже ефективною. Це свідчить про великий вплив і важливе значення громадськості у реалізації цифрової дипломатії. Діяльність державних відомств також отримала високу оцінку від експертів, що підтверджує їхню вагомую роль та значний внесок у формування позитивного образу держави. Результати оцінювання продемонстрували середню оцінку ефективності приватних корпорацій у реалізації цифрової дипломатії (рис. 2.7). Така тенденція може вказувати на відносно низький рівень залучення бізнес-структур до реалізації напрямку, а також на потребу налагодження тіснішої співпраці з іншими групами суб'єктів.

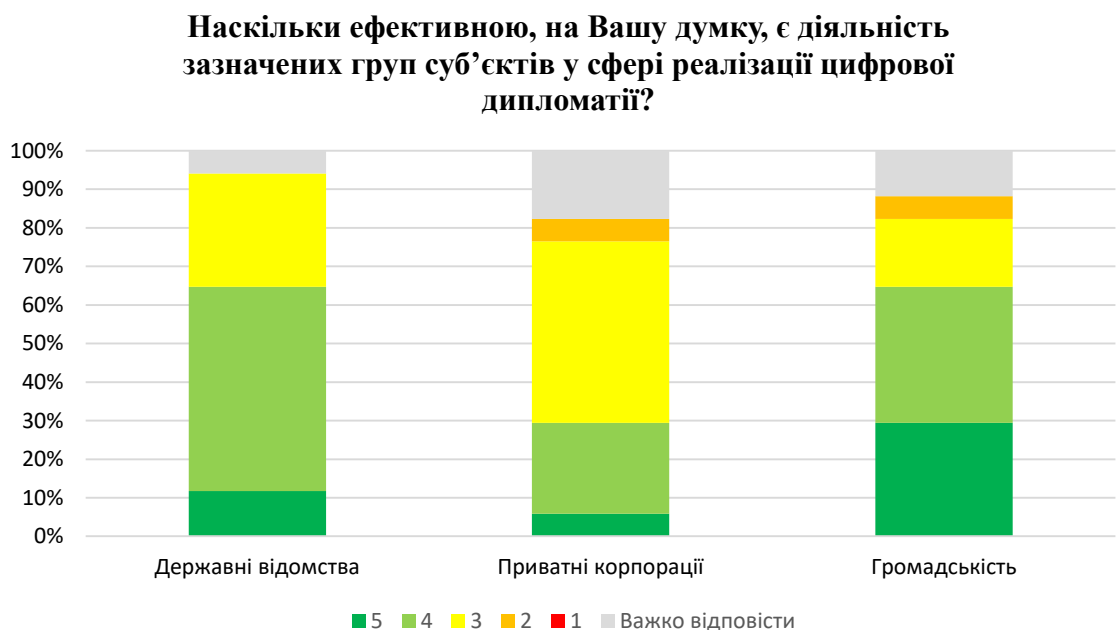


Рис. 2.7. Результати опитування експертів щодо ефективності діяльності суб'єктів у сфері цифрової дипломатії.

Джерело: складено авторкою на основі даних експертного анкетування.

Як зазначалося у попередніх підрозділах основні завдання у сфері цифрової дипломатії в Україні покладено на Міністерство закордонних справ. Результати анкетування показали, що 58,8% респондентів позитивно оцінюють діяльність МЗС, а 41,2% займають нейтральну позицію. При цьому жоден експерт не висловив негативного ставлення до Міністерства (рис. 2.8). Це вказує на те, що МЗС України загалом зарекомендувало себе як ефективна структура, яка успішно справляється з покладеними на неї завданнями щодо

популяризації держави за кордоном, що сприяє покращенню іміджу України та співпраці з іншими країнами.

Як Ви оцінюєте діяльність Міністерства закордонних справ України щодо популяризації держави за кордоном?

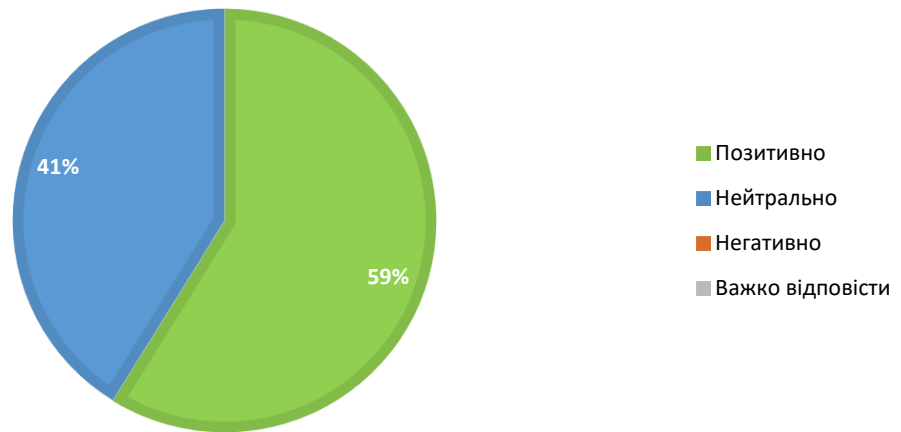


Рис. 2.8. Результати опитування експертів щодо діяльності МЗС у сфері популяризації держави за кордоном.

Джерело: складено авторкою на основі даних експертного анкетування.

Також анкета містила запитання щодо систематичності використання інструментарію цифрової дипломатії для просування національних інтересів України. Респондентам було запропоновано оцінити кожен інструмент за п'ятибальною шкалою, де 1 бал означав, що інструмент зовсім не використовується, а 5 балів – свідчили про його активне використання. За результатами анкетування, соціальні мережі отримали найвищу оцінку – 5 балів від 82,4% респондентів, при чому решта експертів оцінила ці інструменти на 4 бали. Також високо була оцінена систематичність використання месенджерів та стримінгових сервісів. Месенджери отримали від 4 до 5 балів від 82,4% експертів, а стримінгові сервіси – від 58,8%. Щодо інтернет-телефонії, вебсайтів та блогів думки експертів розділилися. Найнижчий загальний результат був зафіксований для електронної пошти. Зокрема, 29,4% опитаних вважають, що ці інструменти не застосовуються систематично (1 або 2 балів), при чому 11,8% респондентів відповіли, що

електронна пошта зовсім не використовуються суб'єктами цифрової дипломатії (рис. 2.9). Дана статистика може свідчити про обмежене використання та/або низьку ефективність цього інструменту для досягнення цілей цифрової дипломатії.

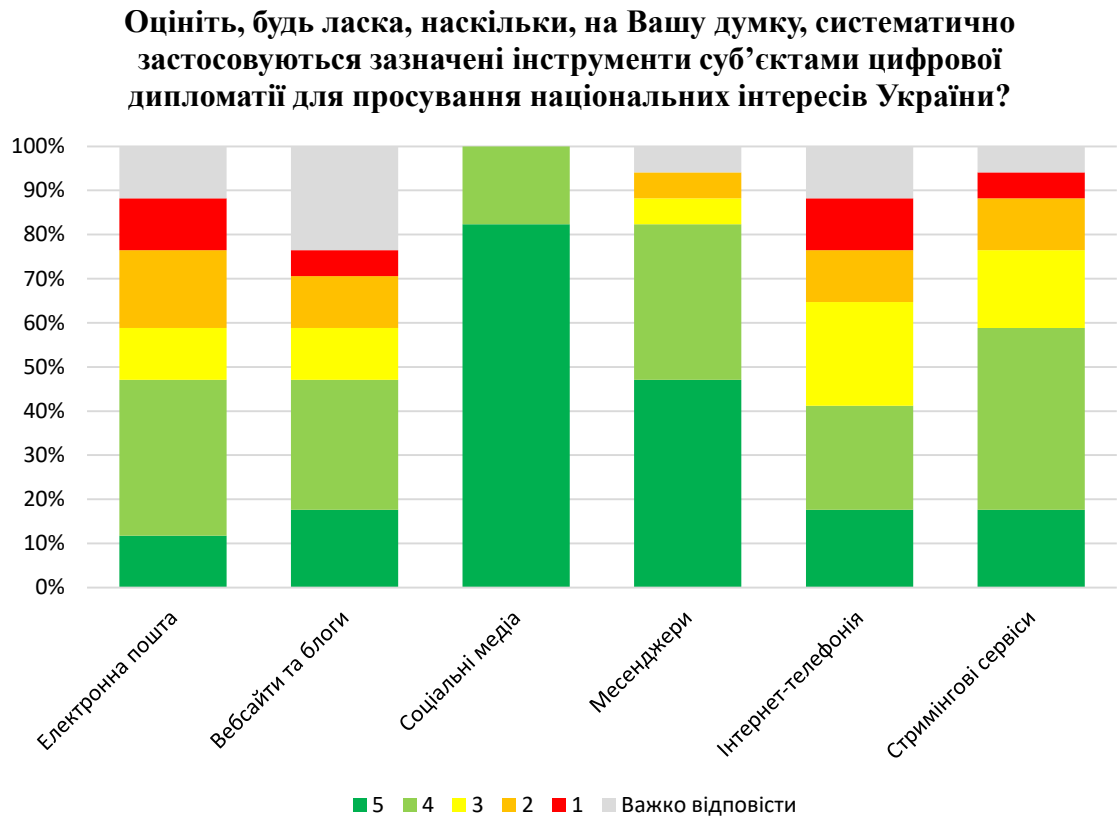


Рис. 2.9. Результати опитування експертів щодо систематичності використання інструментарію цифрової дипломатії в Україні.

Джерело: складено авторкою на основі даних експертного анкетування..

Загалом, експерти високо оцінюють роль цифрової дипломатії у досягненні цілей зовнішньої політики, зазначених у «Стратегії зовнішньополітичної діяльності України» [85]. Якщо розглядати ефективність цифрової дипломатії за різними напрямками, найвище експерти оцінюють роль цифрової дипломатії стосовно формування і просування позитивного іміджу України у світі (100% вважають її ефективною), набуття повноправного членства в ЄС (94,1%) та протидії дезінформаційним атакам із зовнішніх джерел, що здійснюються на шкоду національним інтересам та іміджу України за кордоном (88,2%). Хоча ефективність цифрової дипломатії в інших

напрямах, таких як сприяння зовнішній торгівлі та інвестиціям, притягнення росії до міжнародно-правової відповідальності, відновлення миру і територіальної цілісності України в межах її міжнародно визнаного державного кордону оцінюється трохи нижче (82,4%), все ще можна вважати, що вона має значний вплив на досягнення зазначених стратегічних цілей України.

Чи є, на Ваш погляд, ефективною цифрова дипломатія у реалізації цілей зовнішньої політики, визначених «Стратегією зовнішньополітичної діяльності України»?

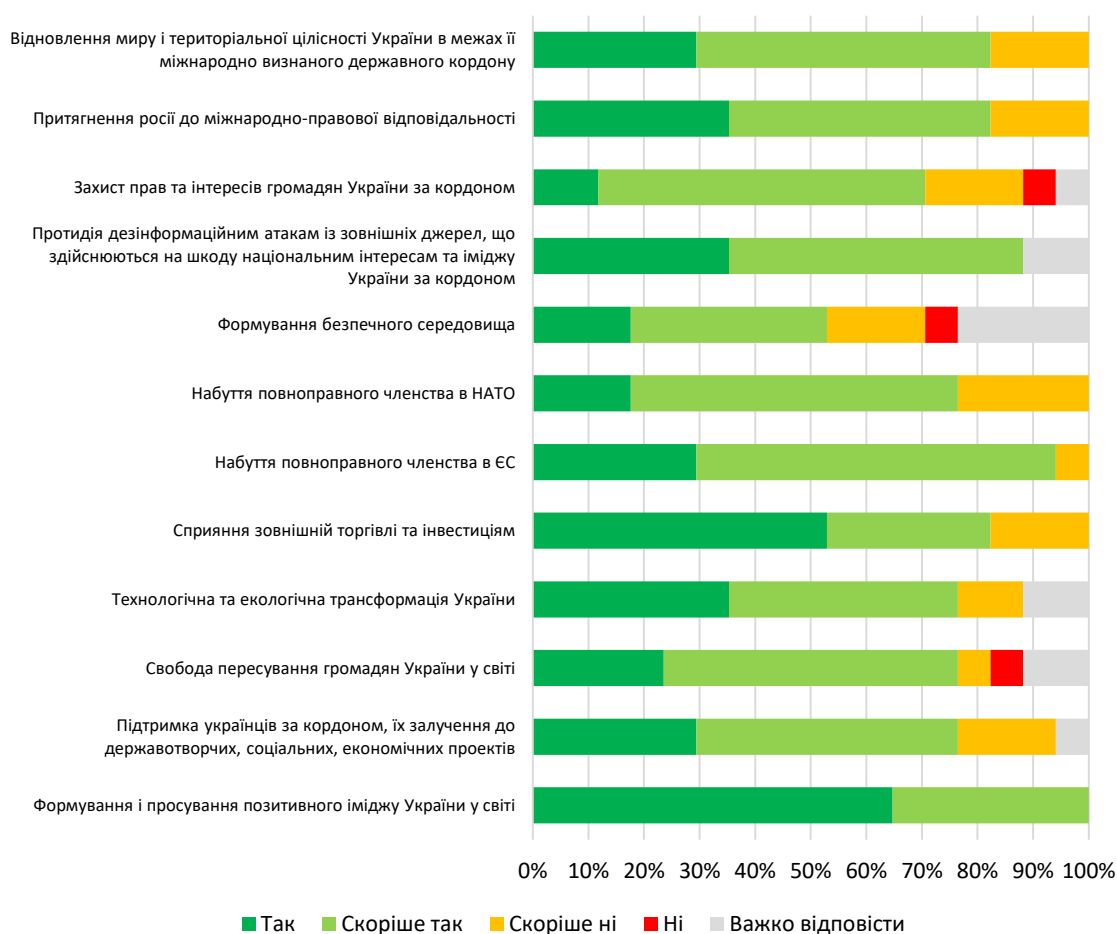


Рис. 2.10. Результати опитування експертів щодо ефективності цифрової дипломатії у реалізації цілей зовнішньої політики України.

Джерело: складено авторкою на основі даних експертного анкетування.

Також 76,5% експертів вважають цифрову дипломатію ефективною стосовно технологічної та екологічної трансформації України, свободи пересування громадян у світі, підтримки українців за кордоном, їх залучення

до державотворчих, соціальних, економічних проєктів, а 70,6% – захисту прав українців за кордоном. Дещо нижче оцінюється ефективність цифрової дипломатії щодо формування безпечного середовища – 52,9% експертів вважають її ефективною, у той час як 23,5% – неефективною. (рис. 2.10).

Наступний блок запитань було розроблено з метою оцінки стану реалізації стратегічних цілей публічної дипломатії, закріплених у «Стратегії публічної дипломатії МЗС на 2021-2025 роки» [88, с. 18-19]. Перша ціль стосується забезпечення зростання рівня пізнаваності та кращого розуміння України серед іноземних аудиторій. Відповідно до результатів анкетування, більшість експертів (70,6%) визначили середній рівень поінформованості світової громадськості про Україну. При цьому 23,5% респондентів оцінили рівень обізнаності іноземної аудиторії як високий (рис. 2.11).

Як Ви оцінюєте рівень поінформованості світової громадськості про Україну?

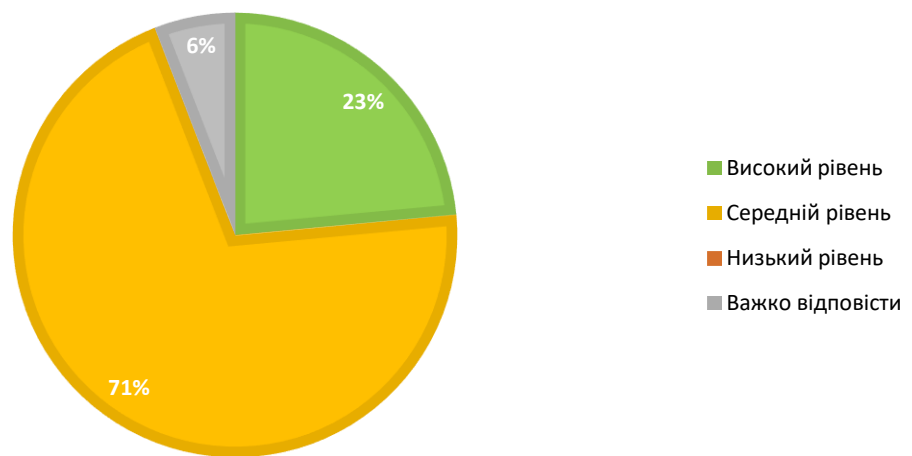


Рис. 2.11. Результати опитування експертів щодо рівня поінформованості світової громадськості щодо України.

Джерело: складено авторкою на основі даних експертного анкетування.

Наступна ціль полягає у формуванні у світі сприйняття України як демократичної європейської держави, яка рухається до повноправного членства в ЄС та НАТО в умовах зовнішньої агресії.

Чи вважаєте Ви, що Україна зробила достатньо кроків для формування ставлення до неї як демократичної європейської країни, яка рухається до повноправного членства в ЄС та НАТО?

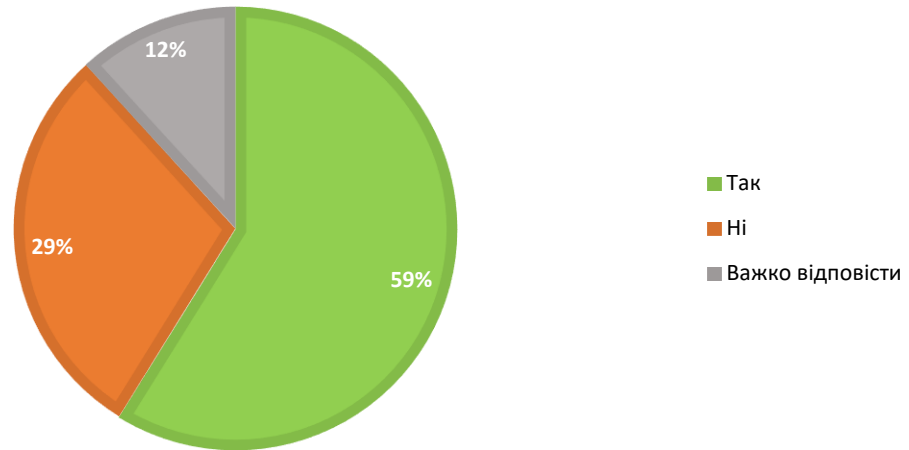


Рис. 2.12. Результати опитування експертів щодо іміджу України як демократичної європейської країни, яка рухається до повноправного членства в ЄС та НАТО.

Джерело: складено авторкою на основі даних експертного анкетування.

Відповідно до результатів анкетування, 58,8% експертів вважає, що Україна вже зробила достатньо кроків для створення бажаного іміджу. Водночас близько третини респондентів (29,4%) зазначили, що заходів ініційованих Україною наразі недостатньо для досягнення поставленої цілі (рис. 2.12).

Низка міжнародних досліджень громадської думки показує, що більшість європейців та населення провідних країн світу підтримують ідею прийняття України до Європейського Союзу і НАТО. У березні 2022 року більше половини європейців вважали, що Україна рано чи пізно має бути прийнята до ЄС [29]. Згідно з результатами опитування проведеного у 14 провідних державах світу, 63% населення погодилися з тим, що Україні слід запропонувати членство в ЄС, а 58% – членство в НАТО [55, с. 46]. Ці дані свідчать про підтримку України і в цілому позитивне ставлення до її

європейської та атлантичної інтеграції у досліджуваних країнах. Однак, рішення щодо вступу до ЄС та НАТО мають бути погоджені всіма країнами-членами, а в останні кілька років серед них не спостерігалось одностайної позиції щодо цього питання.

Наступне запитання стосувалося оцінки ефективності системи протидії шкідливим наративам, спрямованим проти України.

Як Ви оцінюєте ефективність системи протидії шкідливим наративам, спрямованих проти України?

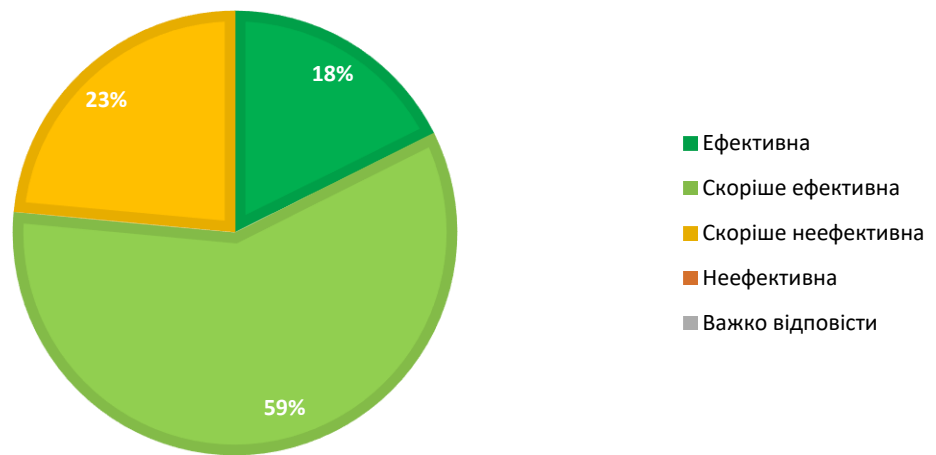


Рис. 2.13. Результати опитування експертів щодо ефективності системи протидії шкідливим наративам, спрямованих проти України.

Джерело: складено авторкою на основі даних експертного анкетування.

Згідно з результатами анкетування, 76,5% експертів позитивно оцінюють кроки, які Україна вживає для протидії гібридним загрозам, дезінформації та фейкам. Зокрема, 17,6% респондентів вважають систему ефективною, а 58,8% оцінили її як скоріше ефективну. Проте майже четвертина респондентів (23,4%) висловили думку, що система протидії шкідливим наративам є скоріше неефективною (рис. 2.13). Дані результати свідчать про дещо розпорошену думку серед експертів і підкреслюють потребу у подальших заходах для поліпшення наявної системи протидії гібридним загрозам.

Блок відкритих запитань стосувався виявлення ключових досягнень цифрової дипломатії за останні кілька років та найбільш значущих помилок,

яких допустилися управлінці на місцях у процесі реалізації цифрової дипломатії України. Відповіді респондентів наведені в Таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Ключові досягнення та помилки в процесі реалізації цифрової дипломатії в Україні

Експерт	Досягнення	Помилки
1	Створення офіційних сторінок «Ukraine.ua», додаткові сторінки комунікації Українського Інституту, чітка міжнародна цифрова комунікація президента, перших осіб.	Комунікація корупційних моментів, комунікація російської загрози до 24 лютого 2022 року, відсутність комунікації на країни поза США – Західна Європа.
2	Визнання борщу як спадщини ЮНЕСКО, виключення галочки «перевірено» з твіттера посольств рф і комунікаційна стратегія МЗС України.	Недостатній вихід на стримінгові платформи типу «Нетфлікс» і «Спотіфай».
3	Швидке донесення інформації до спільнот.	Все ок.
4	«Ukraine.ua» / IT-армія із залученням іноземців.	Відсутність власного каналу з англійським мовленням.
5	1. Надання громадянському суспільству великої ролі в цій сфері; 2. Налагодження формату, вироблення чіткої лінії ведення цифрової дипломатії; 3. Збільшення присутності України в цифровому просторі інших країн.	1. Відсутність дорожньої карти для держ. інституцій; 2. Невдалий вибір каналів реалізації (можливо фокус не на ті соцмережі, недостатня присутність в медіа тих чи інших країн, вузький фокус); 3. Таймінг – це стало трендом у повномасштабну війну, а мали розпочати вже раніше, якщо не з Європою, то з Африкою, з якою в нас зв'язки страждають і яка знаходиться в тісних зв'язках з Китаєм, що не вигідно Україні.
6	Підвищення обізнаності про Україну, збільшення видимості України як бренду, вихід на міжнародні майданчики (стримінгові платформи, рейтинги тощо).	1. Брак розуміння інституційності (покладання на ресурси і фінансування партнерів); 2. Відсутність координації між відомствами; 3. Наївне ставлення до питань кібербезпеки.

Продовження табл. 2.1

7	Розвиток офіційних сторінок України в соцмережах.	Відсутність професіоналів з цифрової дипломатії у кадровому апараті керівництва держави; відсутність стратегії розвитку національного бренду України; відсутність стратегії цифрової дипломатії.
8	Популяризація «Дії», онлайн виступи президента, «Е-консул».	Нехтування кібербезпекою, недооцінка твіттера.
9	1) Застосування технологій цифрової дипломатії для реалізації національних інтересів України; 2) Використання технологій цифрової дипломатії для формування зовнішньополітичного іміджу України та налагодження комунікацій зі світовою громадськістю; 3) Збільшення фінансування для реалізації технологій цифрової дипломатії.	1) Неврегульованість нормативно-правового забезпечення реалізації цифрової дипломатії; 2) Недостатня ефективність інституційного забезпечення функціонування цифрової дипломатії України.
10	Інтеграція до Єдиного цифрового ринку ЄС; Участь у програмі «Цифрова Європа (2021-2027)»; Участь України в «EU4Digital».	Відсутність єдиної стратегії розвитку цифрової дипломатії України.
11	Створення «Дії» (багато державних послуг і документи онлайн); Активність впливових українських політиків / дипломатів в соцмережах; Поява ініціативи «UNITED24» під час повномасштабної війни.	Тут складно відповісти. Можливо, недостатня комунікація в соцмережах щодо розпропаганди з 2014 року, треба було активніше й потужніше спростовувати кремлівські фейки та відкривати світові Україну.
12	Комунікації з партнерами, інформування громадськості, імідж держави.	Недостатній рівень зворотного зв'язку з громадянами, низький рівень аналізу інформації, запізнена реакція на окремі події та факти.
13	Системна комунікація (окремих, але ключових) суб'єктів дипломатії України з використанням цифрових інструментів. Платформи «UNITED24», «Nazovni» + залучення інфлюенсерів. Включення ЦД у «Стратегію публічної дипломатії МЗС».	Відсутність стратегічної комунікаційної ініціативи до повномасштабного вторгнення (на випередження). Занадто слабкий інф-ком. тиск на компанії, які продовжують вести бізнес у рф. Відсутність зобов'язальних правил використання ЦД для дипломатів топрівня.

Продовження табл. 2.1

14	Збільшення залученості і обізнаності міжнародної ЦА щодо України. Швидкість реагування у кризових ситуаціях. Розвиток культури ведення акаунтів у соцмережах.	1) Недостатня увага до цифрових комунікацій, применшення їх значущості; 2) Недостатня інформація щодо протидії ПСО, дезінформації тощо; 3) Відносно низький рівень цифрової грамотності у певних вікових категоріях.
15	Визнання «Дії» в інших країнах, активне використання соцмереж Президентом України.	Важко відповісти.
16	Інформування світової громадськості про військові дії, мобілізація союзників і дружніх держав, формування нового міжнародного бренду держави.	Слабкий рівень координації між державними відомствами, недостатня увага роботі з країнами Глобального Півдня.
17	1. Розвиток співпраці з Великою Британією. 2. Кампанія «Щедрик». 3. Кампанія «United with Ukraine».	Експерт не надав відповіді.

Джерело: складено авторкою на основі даних експертного анкетування.

Таким чином, серед ключових досягнень цифрової дипломатії експерти найчастіше називають: активне використання інструментарію цифрової дипломатії та збільшення присутності в інформаційному просторі інших країн, створення офіційних сторінок у соціальних мережах та їх системне використання ключовими суб'єктами цифрової дипломатії, зокрема Президентом України, впливовими українськими політиками та дипломатами; налагодження комунікації зі світовою громадськістю, підвищення обізнаності про Україну та формування позитивного іміджу у світі. Серед конкретних заходів часто згадувалось про створення та популяризацію єдиного порталу державних послуг «Дія», проєкт «Ukraine.ua», а також появу платформи «UNITED24» під час повномасштабної війни.

Серед основних проблемних моментів, вказаних експертами, варто виділити: неврегульованість нормативно-правового забезпечення напрямку і відсутність єдиної загальнодержавної стратегії розвитку цифрової дипломатії

України; нехтування питаннями кібербезпеки і недостатній рівень протидії гібридним формам війни, дезінформації та фейкам з боку росії; невдалий вибір каналів, інструментів та методів комунікації, неефективність донесення інформації про Україну до країн Глобального Півдня, а також низький рівень інституційного забезпечення.

Експертам було запропоновано оцінити за п'ятибальною шкалою потенційні фактори, які можуть гальмувати процес реалізації цифрової дипломатії в Україні. 1 бал означав, що фактор зовсім не гальмує реалізацію цифрової дипломатії, а 5 балів – гальмує дуже суттєво (рис. 2. 14).

Оцініть, будь ласка, наскільки, на Вашу думку, зазначені фактори гальмують реалізацію цифрової дипломатії України.

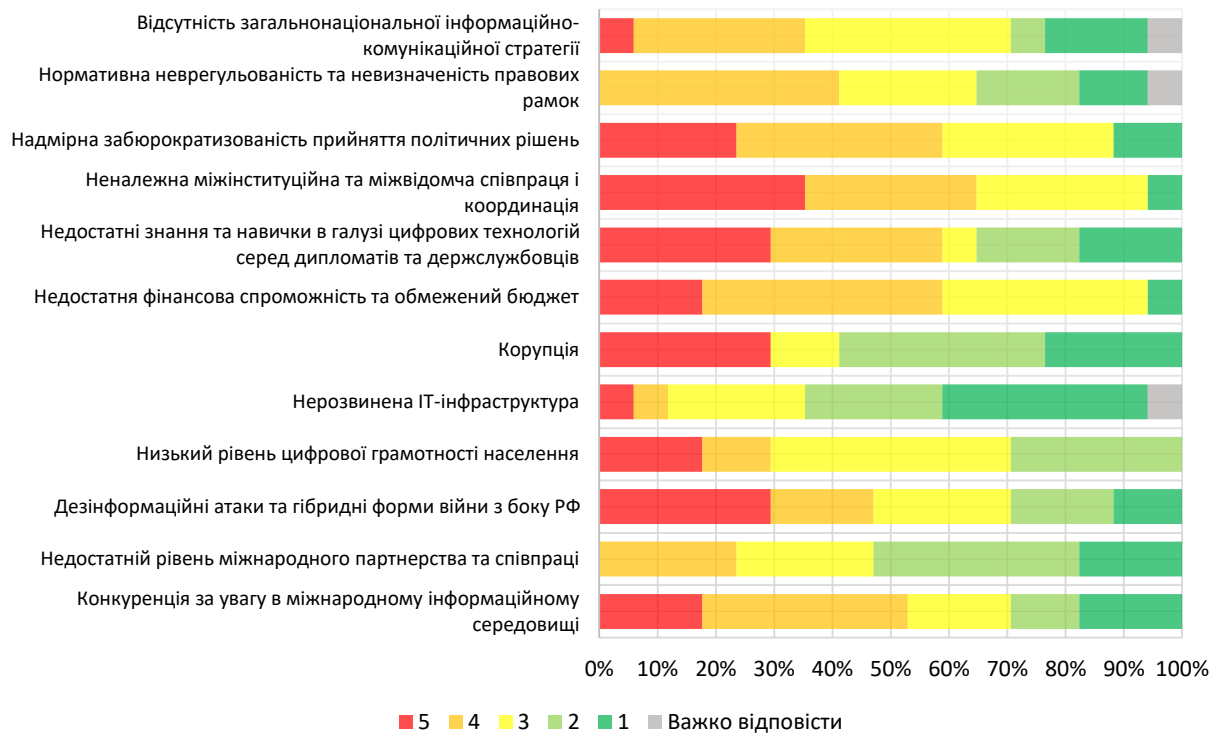


Рис. 2.14. Результати опитування експертів щодо факторів, які гальмують реалізацію цифрової дипломатії України.

Джерело: складено авторкою на основі даних експертного анкетування.

Серед факторів, які значно уповільнюють реалізацію цифрової дипломатії України найбільша кількість експертів виділила неналежну міжінституційну та міжвідомчу співпрацю та координацію – 64,7% оцінили цей фактор на 4 або

5 балів. Крім того, 58,8% респондентів вказали на недостатні знання та навички в галузі цифрових технологій серед дипломатів та держслужбовців, надмірну забюрократизованість прийняття політичних рішень, недостатню фінансову спроможність та обмежений бюджет, а 52,9% – конкуренцію за увагу в міжнародному інформаційному середовищі (рис. 2.14).

Експерти позитивно оцінюють тенденції розвитку цифрової дипломатії в Україні протягом останніх двох років. Згідно з оцінками 47,1% респондентів, відбулося значне покращення щодо реалізації напрямку, ще 47,1% стверджують про загальне покращення, а 5,9% вказують на незначне покращення (рис 2.15).

Як Ви оцінюєте тенденції розвитку цифрової дипломатії в Україні протягом останніх 2 років?

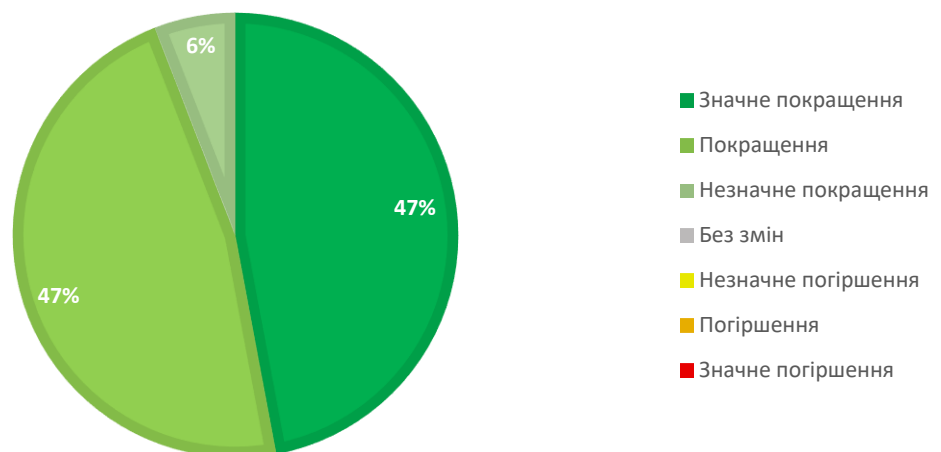


Рис. 2.15. Результати опитування експертів щодо тенденцій розвитку цифрової дипломатії в Україні протягом останніх двох років.

Джерело: складено авторкою на основі даних експертного анкетування.

Стосовно впливу війни на реалізацію цифрової дипломатії експерти погоджуються твердженням, що війна зумовила збільшення уваги до цифрової дипломатії як важливого інструменту ведення комунікації та інформаційного обміну зі світовою громадськістю (рис. 2.16).

Наскільки Ви погоджуєтеся з наступними твердженнями щодо реалізації цифрової дипломатії в умовах війни?

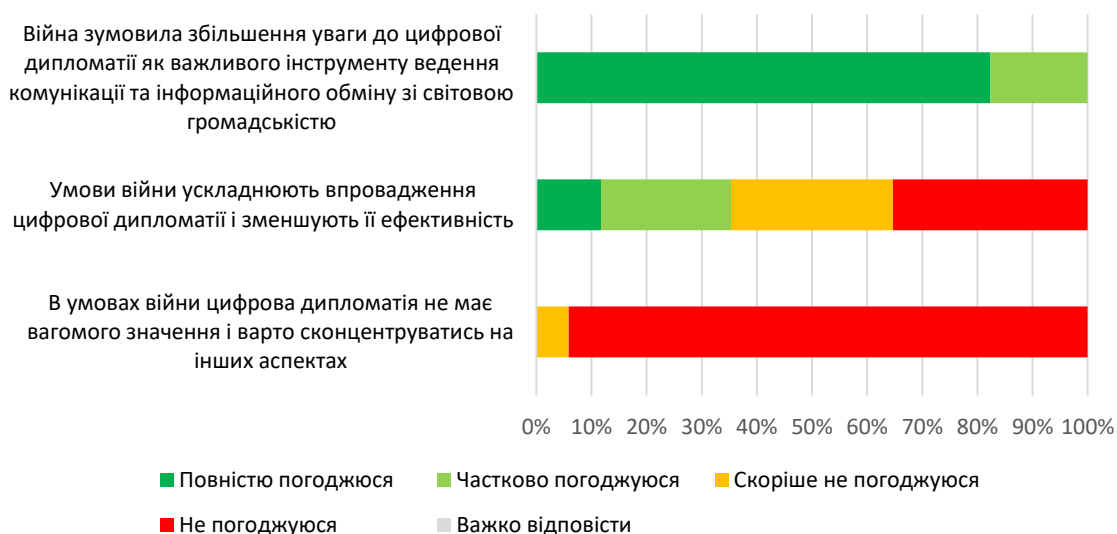


Рис. 2.16. Результати опитування експертів щодо реалізації цифрової дипломатії в умовах війни.

Джерело: складено авторкою на основі даних експертного анкетування.

У Таблиці 2.2 наведено пропозиції експертного кола щодо додаткових заходів, які б могли сприяти поліпшенню сучасного стану реалізації цифрової дипломатії в Україні.

Таблиця 2.2

Заходи для поліпшення стану реалізації цифрової дипломатії України

Експерт	Які додаткові заходи, на Вашу думку, необхідно вжити для поліпшення стану реалізації цифрової дипломатії України?
1	Вдосконалення комунікації посольств України, підтримка комунікації якісних ефективних громадських ініціатив за кордоном, включення мистецьких та міждисциплінарних рішень у комунікацію.
2	Можна спробувати виключити з соцмереж всі акаунти рф.
3	Більш зважено використовувати інструмент цифрової дипломатії для досягнення політичних цілей.
4	Більше залучати бізнес та діаспору.

Продовження табл. 2.2

5	Підвищувати медіа- та диджитал спроможності громадян. Фінансова підтримка блогів, інформаційних каналів які презентують Україну та окремі аспекти життя держави (висвітлення війни; економічні реформи що проводяться тощо).
6	1. Співпраця з технологічними гігантами, розбудова мережі контактів і партнерств. 2. Зміна у підході комунікації від реактивної на проактивну. 3. Збільшення цифрових каналів комунікацій різними мовами. 4. Підвищення цифрової грамотності (робота з персоналом з виявлення фейків, ботів, дезінформації, написання тулкітів по кризових комунікаціях тощо). 5. Підвищення ІТ-спроможностей у ключових відомствах, які відповідають за реалізацію напряду.
7	Прийняти стратегію розвитку національного бренду, розробити стратегію цифрової дипломатії, посилити аналітичну базу для прийняття рішень, найняти професіоналів з цифрової дипломатії у профільні державні структури.
8	Більш структурована, а не епізодична комунікація.
9	1) Активізувати освітні програми та проєкти для формування цифрової грамотності населення.
10	Прийняти стратегію / розробити Дорожню картку імплементації цифрової дипломатії в Україні.
11	Проводити навчання з цифрової грамотності як для представників влади, так і для простих громадян, приділяти цьому час у школах та ЗВО.
12	Ширше використовувати методи аналізу та прогнозування.
13	Покращити міжвідомчу координацію, зокрема між Мінцифри, МЗС, Міноборони та інших. Призначити окремого (позаштатного) амбасадора/радника зі зв'язків з великими технологічними компаніями. Залучати професійних смм-ників, піарників тощо для системного і масштабного використання ЦД у ЗП України. Запровадити бізнес-підходи, зокрема КРІ, для вимірювання ефективності ЦД
14	Залучення ефективних смм-ників, контент-мейкерів, маркетологів, бренд-девелоперів із різноманітних сфер, найбільш ефективних бізнесів для спільної роботи (розробка плану розвитку, спільно з державниками). Наймання на роботу людей саме з фаховою освітою (до прикладу, сторінки в соцмережах має вести не дипломат, а смм-ник, в іншому випадку це зневага до освіти та досвіду обох). Навчання медіаграмотності всіх вікових груп населення. Популяризація університетів третього віку, співпраця з блогерами для зацікавлення дітей та підлітків тощо.
15	Важко відповісти.
16	Роботу над помилками, вказаними в пункті 16 (див. табл. 2.1).
17	Експерт не надав відповіді.

Джерело: складено авторкою на основі даних експертного анкетування.

Експерти переважно акцентують на важливості навчання цифрової грамотності для представників влади і громадян усіх вікових категорій, зокрема через проведення освітніх програм і проєктів, а також включення цих тем у навчальні плани шкіл і вищих навчальних закладів; розробки і прийняття стратегії цифрової дипломатії; ведення систематичної та проактивної комунікації, орієнтованої на закордонну аудиторію; розбудови мережі партнерства із залученням громадськості та великих технологічних компаній, співпраці державних відомств із кваліфікованими медіаспеціалістами; та підтримки громадських ініціатив.

Усі експерти, які брали участь в анкетуванні вважають цифрову дипломатію ефективним інструментом для просування національних інтересів України у світі (рис. 2.17).

Чи вважаєте Ви цифрову дипломатію ефективним інструментом для просування національних інтересів України у світі?

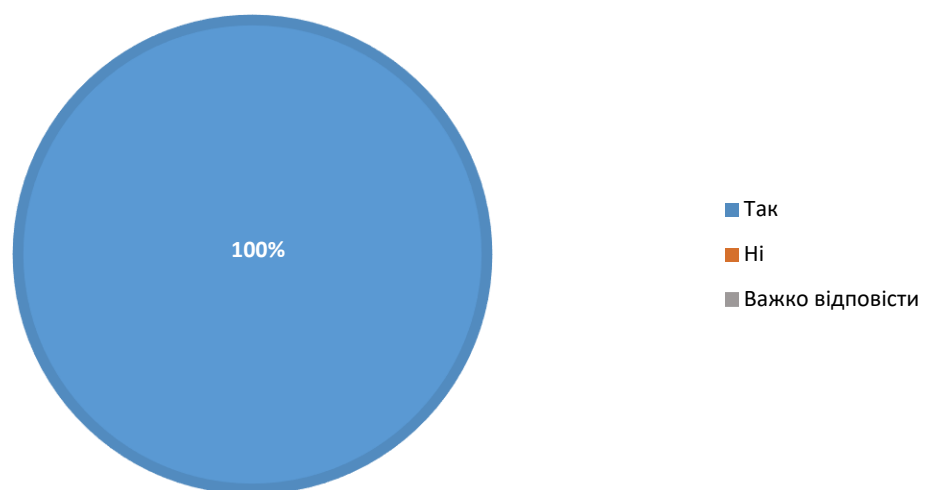


Рис. 2.17. Результати опитування експертів щодо ефективності цифрової дипломатії для просування національних інтересів України за кордоном.

Джерело: складено авторкою на основі даних експертного анкетування.

Загалом можна зробити висновок, що Україна має високий потенціал у розвитку цифрової дипломатії як ключового інструменту стратегічних

комунікацій. Згідно з опитуванням, 88,2% експертів поділяють цю думку, тоді як 11,8% вважають потенціал України середнім (рис. 2.18).

Як Ви оцінюєте потенціал України у розвитку цифрової дипломатії як одного з основних інструментів стратегічних комунікацій?

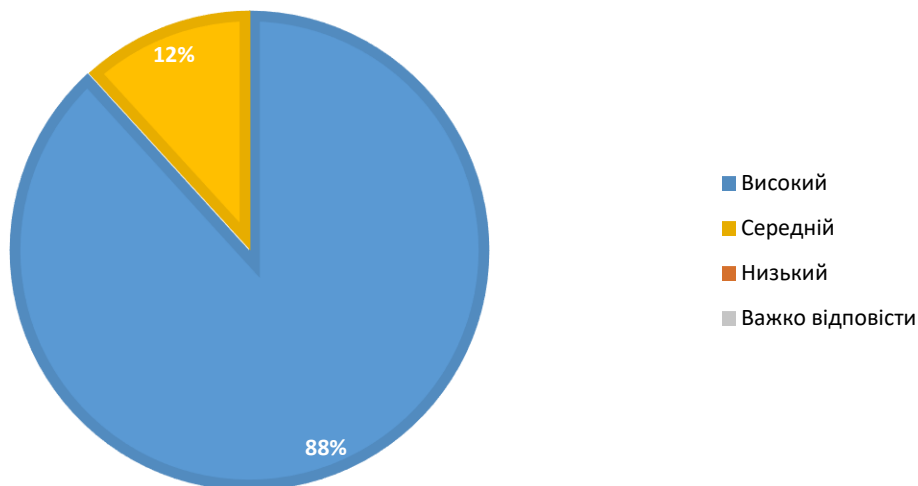


Рис. 2.18. Результати опитування експертів щодо потенціалу розвитку цифрової дипломатії як одного з основних інструментів стратегічних комунікацій України.

Джерело: складено авторкою на основі даних експертного анкетування

Висновки до розділу

Аналіз стратегічного виміру цифрової дипломатії показав, що стратегічне бачення напрямку знаходиться у процесі розробки. Основними стратегічними документами, що регламентують розвиток цифрової дипломатії в Україні на сьогодні є «Стратегія публічної дипломатії МЗС на 2021-2025 роки» та «Стратегія зовнішньополітичної діяльності України».

Стосовно інституційного виміру, було виявлено, що державні органи та структури є рушійною силою реалізації цифрової дипломатії та формують стратегічні її напрямки. Центральна роль у системі відводиться Міністерству закордонних справ України. Також важливе місце займають суб'єкти, які функціонують в структурі МЗС, існують як незалежні інституції чи громадські організації. Часто вони співпрацюють з державними відомствами у реалізації спільних проєктів.

Аналіз міжнародних рейтингів свідчить про те, що США, Індія та Франція виступають лідерами у сфері цифрової дипломатії. Вони успішно поєднують традиційні методи зовнішньої політики з новими цифровими інструментами для досягнення своїх зовнішньополітичних цілей та створення позитивного іміджу. Багато держав створюють спеціальні відомства або відділи, які відповідають за реалізацію цифрової дипломатії. Вони використовують різноманітні інструменти, такі як вебсайти, блоги, соціальні мережі та телефонні додатки. Інші ініціативи включають встановлення міцних зв'язків з діаспорою, створення транснаціональних мереж, співпрацю з іноземними бізнес-організаціями, надання технічної допомоги країнам, що розвиваються та використання інформаційних приводів для просування свого національного бренду. Усі ці заходи спрямовані на максимальне використання цифрових технологій для досягнення стратегічних цілей зовнішньої політики та розширення дипломатичного впливу держави.

Для аналізу стану реалізації цифрової дипломатії було проведено експертне анкетування. Експерти позитивно оцінюють останні тенденції та сучасний стан реалізації цифрової дипломатії в Україні. Респонденти високо оцінили діяльність громадськості та державних відомств у системі реалізації цифрової дипломатії. Результати опитування показали, що соціальні мережі, месенджери та стримінгові сервісів є інструментами, які найбільш систематично застосовуються суб'єктами цифрової дипломатії.

Учасники анкетування високо оцінюють роль цифрової дипломатії у досягненні цілей зовнішньої політики України. Також можна зробити висновок про наявність прогресу стосовно виконання цілей «Стратегії публічної дипломатії МЗС».

Експерти вважають цифрову дипломатію ефективним інструментом для просування національних інтересів України у світі та поділяють думку, що Україна має високий потенціал у розвитку цифрової дипломатії як ключового інструменту стратегічних комунікацій.

РОЗДІЛ 3

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОЇ ДИПЛОМАТІЇ В СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ УКРАЇНИ

3.1. Ідентифікація викликів у процесі реалізації цифрової дипломатії в Україні

Цифрова дипломатія відіграє важливу роль у просуванні національних інтересів України та досягненні стратегічних цілей зовнішньої політики. З моменту здобуття незалежності, необхідно було забезпечити іноземну аудиторію базовою інформацією про Україну, яка б позитивно впливала на сприйняття країни та забезпечувала б краще розуміння її культури, історії, політики та інших особливостей. Хоча Україна приділяла увагу розвитку публічної дипломатії, цифровим аспектом держава почала займатися відносно нещодавно.

Великі зміни у країні відкривають нові можливості, а ті, своєю чергою, несуть нові виклики. З початком повномасштабної війни інструменти цифрової дипломатії набувають все більшого значення у стратегічних комунікаціях України. Уряд активно впроваджує цифрові технології, але цей процес включає ряд викликів.

Для отримання глибшого розуміння сучасного стану реалізації цифрової дипломатії, важливо провести аналіз внутрішнього та зовнішнього середовищ. З метою виявлення сильних і слабких сторін, а також визначення можливостей і потенційних загроз, був проведений аналіз за методикою SWOT. Аналіз було розроблено на основі опрацьованого матеріалу, а також даних, отриманих у результаті експертного анкетування (див. табл. 2.1).

Використання SWOT-аналізу дозволяє ідентифікувати виклики і знайти способи їх подолання, використовуючи можливості та сильні сторони. Також проведений аналіз надалі допоможе спрогнозувати можливі сценарії і на їх основі розробити рекомендації щодо перспектив розвитку цифрової дипломатії.

SWOT-аналіз цифрової дипломатії України

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ol style="list-style-type: none"> 1. Прийняття «Стратегії публічної дипломатії МЗС», включення до неї напрямку цифрової дипломатії; 2. Інституціалізація державної практики у сфері цифрової дипломатії; 3. Значний інноваційний потенціал: висококваліфіковані ІТ-фахівці та розвинена ІТ-інфраструктура; 4. Багата культурна спадщина; 5. Висока суб'єктивність громадянського суспільства у сфері цифрової дипломатії; 6. Розвиток культури ведення акаунтів у соцмережах, створення офіційних сторінок України; 7. Налагодження формату, вироблення чіткої лінії ведення цифрової дипломатії 8. Системна комунікація ключових суб'єктів дипломатії з використанням цифрових інструментів; 9. Швидкість донесення інформації та реагування у кризових ситуаціях; 10. Збільшення фінансування розвитку технологій цифрової дипломатії; 11. Збагачення інструментарію цифрової дипломатії; 12. Створення та популяризація єдиного порталу надання державних послуг «Дія»; 13. Досвід проведення успішних інформаційних кампаній; 14. Створення ІТ-армії із залученням іноземців; 15. Добре розвинена мережа закордонної діаспори. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Відсутність загальнонаціональної стратегії цифрової дипломатії; стратегії розвитку національного бренду України; 2. Недостатня спроможність інституційного забезпечення функціонування цифрової дипломатії України. 3. Неврегульованість нормативно-правового забезпечення; відсутність дорожньої карти для державних інституцій; 4. Неналежна міжінституційна та міжвідомча співпраця і координація; 5. Низький рівень цифрової та медіаграмотності серед представників державної влади та окремих груп населення; 6. Відсутність професіоналів з цифрової дипломатії у кадровому апараті керівництва держави; 7. Недостатня кількість висококваліфікованих кадрів для ведення акаунтів в соціальних мережах 8. Недостатня увага до цифрових інструментів те невдалий вибір методів комунікації; 9. Відсутність системної комунікації поза високорозвиненими країнами, недостатня увага роботі з країнами Глобального Півдня; 10. Односторонність та реактивність комунікації; 11. Відсутність стратегічної комунікації російської загрози до повномасштабного вторгнення; 12. Слабкий рівень системи кібербезпеки. 13. Планування без проведення попередніх досліджень.
Можливості	Загрози
<ol style="list-style-type: none"> 1. Збільшення уваги та обізнаності міжнародної спільноти щодо України; 2. Підвищення іміджу, формування нового міжнародного бренду держави; 3. Вихід на міжнародні цифрові майданчики; 4. Співпраця з іншими країнами, міжнародними організаціями, інфлюенсерами та великими технологічними корпораціями; 5. Програми повоєнного відновлення; 6. Євроатлантична інтеграція. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Війна та її гібридні форми з боку росії; 2. Втрата конфіденційних даних внаслідок кібератак; 3. Упереджене негативне сприйняття України через поширення дезінформації та фейків; 4. Конкуренція за увагу у міжнародному інформаційному середовищі.

Джерело: складено авторкою на основі експертного анкетування.

Проведений SWOT-аналіз дозволив виокремити низку викликів з якими стикається цифрова дипломатія сьогодні.

Одним із фундаментальних викликів є відсутність стратегічного бачення, яке б визначало єдині рамки, загальні принципи та напрямки розвитку цифрової дипломатії у державі. Крім того, немає чітко узгоджених візії, мети, цілей, пріоритетів та основних меседжів для розвитку і просування національного бренду країни у світі. Відсутність відповідного нормативно-правового регулювання ускладнює ситуацію. Державні інституції не мають дорожньої карти, яка б визначала покроковий план дій та часові межі реалізації завдань цифрової дипломатії.

Відсутність стратегії призвела до наступної проблеми, на яку вказали більшість учасників експертного анкетування, – неналежної міжінституційної та міжвідомчої співпраці і координації (див. рис. 2.14). Це означає, що діяльність державних органів у сфері цифрової дипломатії часто здійснюється неузгоджено. Кожне відомство має власне бачення щодо просування іміджу України та національних інтересів, що створює диспропорцію і може призводити до конфліктів і невідповідностей у реалізації зовнішньої політики країни. Більша частина відповідальності за цю сферу лежить на Міністерстві закордонних справ, на рівні якого, зокрема, й було розроблено «Стратегію публічної дипломатії на 2021-2025 роки» [88]. Також цифрова дипломатія в Україні стикається з викликами, пов'язаними з недостатнім розвитком інституційної бази, обмеженими ресурсами та фінансуванням, які значною мірою залежать від партнерів.

Крім того, в Україні спостерігається достатньо низький рівень цифрової грамотності населення. Це було виявлено у результаті експертного анкетування (див. рис. 2.14). Цей факт підтверджується нещодавнім соціологічним дослідженням Міністерства цифрової трансформації України щодо цифрових навичок громадян. Згідно з даними дослідження, 47,8% українців володіють цифровими навичками нижче позначки «базовий рівень».

При цьому кількість громадян, які не мають жодних цифрових навичок становить 11,2% [92, с. 5-7].

Кадрова проблема частково полягає у відсутності розуміння важливості використання цифрової дипломатії, яка часто сприймається як «додатковий» напрямок, а не як повноцінний засіб досягнення зовнішньополітичних цілей, зі своїм власним набором інструментів і принципів роботи. По-перше, проблема полягає у тому, що кадровий апарат керівництва держави не має достатньої кількості висококваліфікованих спеціалістів із цифрової дипломатії. По-друге, недостатня кількість вузькопрофільних фахівців, які, до прикладу, вміють ефективно управляти контентом соціальних мереж та використовувати їх творчий потенціал, може призвести до надмірного формалізму та стагнації.

Наступна група викликів стосується недостатньої уваги до цифрових інструментів з боку державних органів і невдалого вибору методів комунікації. Декілька експертів, які брали участь в анкетуванні, зазначали про обмежену присутність України на стрімінгових платформах, таких як «Нетфлікс» і «Спотіфай», та недостатній фокус на певні соціальні мережі, зокрема недооцінку значення твітера (див. табл. 2.1). Дослідження проведене на базі аналітичної платформи «Вокс Україна» підтверджує слабку взаємодію між українськими міністерствами та неефективність комунікації урядових організацій у соціальній мережі «Твітер» [91]. Додатково, експерти вказують на відсутність власного телеканалу англійською мовою. Наприклад, багато країн з початком повномасштабної війни ретранслюють марафон «Єдині новини #UАразом» через свої стрімінгові сервіси в Інтернеті з метою підтримки України. Однак, інформаційні програми транслюються винятково українською мовою, що робить їх недоступними для широкої закордонної аудиторії.

Наступним пунктом доцільно виділити недостатню присутність українського нарративу в медіа тих чи інших країн та обмежений фокус комунікації. Одним із викликів є відсутність системної комунікації поза США

та Західною Європою, а також недостатня увага до взаємодії з країнами Глобального Півдня. Державні органи не приділяють достатньо уваги співпраці з країнами, що розвиваються, та не змогли встановити ефективних комунікаційних зв'язків з ними. У перспективі це може призвести до втрати можливостей для співпраці та погіршення стосунків з цими країнами. Результати експертного анкетування підкріплюються даними спеціального дослідження, проведеного комунікаційною агенцією «Zinc Network», на замовлення Міністерства закордонних справ України у 2022 році. Метою опитування було визначення громадської думки про війну в Україні у семи країнах Глобального Півдня. Широка громадськість у досліджених країнах загалом добре поінформована про війну в Україні (61%). Однак відсоток тих, хто знайомий з самою країною є набагато меншим: лише 31% опитаних заявили, що знайомі з культурою України, 35% з її політикою, а 31% з історією. На запитання, якими трьома словами вони б описали Україну, респонденти найчастіше називали «війну» [66, с. 27-28].

Комунікація, яка здійснюється органами державної влади, часто не передбачає інтерактивності та спрямована на односторонню форму передачі інформації. Дана проблема може бути наслідком недостатнього рівня забезпечення зворотного зв'язку з громадянами. Також дані експертного анкетування свідчать про те, що цифрова дипломатія наразі володіє переважно реактивним характером. Обмежений аналіз інформації та низька оперативність часто стають причинами запізнілої реакції на окремі події та факти.

Прикладом цього може бути відсутність стратегічної комунікації російської загрози до повномасштабної війни 2022 року. Окрім цього, починаючи з 2014 року, низька активність у соціальних мережах, яка стосувалася боротьби з російською пропагандою, не забезпечувала достатньо ефективного спростування кремлівських фейків та не відображала світові реальну Україну. Підтвердженням цього факту є результати опитування громадської думки у країнах ЄС, проведеного центром «Нова Європа» у 2020

році. Більшість респондентів мали негативні асоціації з Україною, пов'язані з війною, бідністю, безробіттям, сезонними робітниками та імміграцією [93, с. 9-11].

Після початку збройної агресії росії проти України та виникнення численних гібридних загроз проблема забезпечення кібербезпеки стає все більш складним завданням. Протягом 2022 року фахівці Держспецзв'язку зареєстрували в Україні понад 2194 кіберінциденти та ще більшу кількість кібератак [50, с. 5]. Зазвичай, вони були націлені на приховане викрадення важливої інформації, найімовірніше для надання росії стратегічної переваги на полі бою. Таким чином, можна констатувати, що сучасний стан системи кібербезпеки не забезпечує нейтралізацію теперішніх кіберзагроз у повному обсязі.

Повномасштабна війна підвищила актуальність проблеми недостатнього інформування населення щодо протидії ІПСО (інформаційно-психологічним операціям) та дезінформаційним атакам з боку росії. Крім того, варто звернути увагу на недостатній інформаційно-комунікаційний тиск на компанії, які продовжують здійснювати свою діяльність у рф і фінансувати виробництво продукції оборонно-промислового комплексу, сплачуючи податки до державного бюджету країни-агресорки. За рік війни лише 9% світових компаній вийшли з російського ринку [73].

Насамкінець, варто згадати про відсутність аналітичної бази та нестачу відповідних досліджень, зокрема нехтування кількісними і якісними методами оцінки громадської думки щодо сприйняття України у світі, що призводить до неефективного планування робочого процесу під час реалізації цифрової дипломатії. Дуже часто це також спричинено браком синергії між органами державної влади, науковими інституціями та аналітичними центрами, а також нестачею фінансування напрямку.

Таким чином, ідентифікація ключових викликів відкрила можливості для подальшого аналізу та розробки пріоритетних напрямків удосконалення цифрової дипломатії України.

3.2. Напрямки удосконалення цифрової дипломатії України

На основі опрацьованого матеріалу, проведеного SWOT-аналізу та відповідно до результатів опитування експертного кола, були визначені конкретні напрями трансформації цифрової дипломатії. У межах цих напрямків були розроблені практичні рекомендації з метою оптимізації цифрової дипломатії у публічному секторі.

По-перше, було виявлено, що одним із ключових завдань української влади на сьогодні є розробка єдиної рамки стратегічних комунікацій держави, частиною яких має бути цифрова дипломатія. Перш за все, зміни потрібно впроваджувати на стратегічному рівні, який полягає у визначенні мети, завдань, пріоритетів та комплексу заходів стосовно реалізації державної політики у цифровій дипломатії (рис. 3.1).

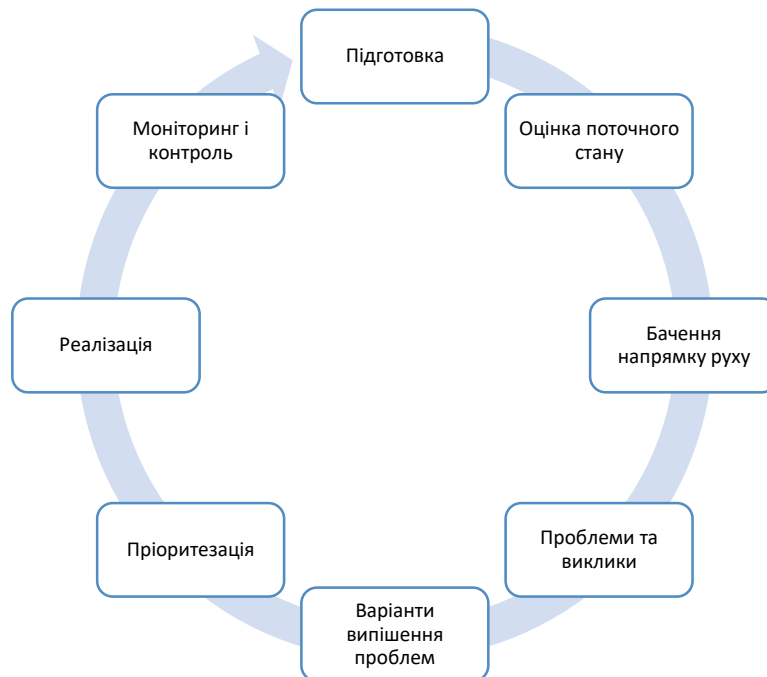


Рис. 3.1. Цикл стратегічного планування політики у сфері цифрової дипломатії.

Джерело: складено авторкою за [30].

Як правило, стратегічне планування у сучасному світі розуміється як упорядкований і безперервний процес, складається з трьох основних етапів: аналітичного, планувального та етапу реалізації й моніторингу (рис. 3.1).

Перший етап полягає у проведенні комплексного дослідження поточного стану, що полягає в аналізі внутрішнього та зовнішнього середовища. Аналітична робота повинна здійснюватися із залученням кваліфікованих експертів та спеціалістів. Цей етап зазвичай ґрунтується на використанні інструментів стратегічного аналізу, прогнозування і планування, зокрема аналізів SWOT і TOWS, методу Дельфі, портфельних аналізів, соціологічних досліджень, аналізу ризиків та інших.

Конкретні заходи у цьому напрямку можуть бути наступними:

1. Проведення аналізу стейкхолдерів, пов'язаних з цифровою дипломатією України, та систематизація інформації про їхню діяльність. Варто охопити як державні, так і недержавні організації, які діють як в Україні, так і за кордоном, а також постійні інституційні та точкові ініціативи. Цей аналіз дозволить отримати чітке уявлення про стан розвитку цифрової дипломатії в Україні, ідентифікувати усіх залучених гравців та їхні напрямки роботи. У майбутньому мапа стейкхолдерів допоможе полегшити пошук партнерів для реалізації програм та проєктів, а також сприятиме синергії між усіма зацікавленими сторонами.

2. Використання якісних методів дослідження, наприклад проведення серії глибинних інтерв'ю зі провідними національними спеціалістами та експертами. Такий підхід дозволить зібрати цінну інформацію, яка базується на знаннях та досвіді фахівців, що працюють у сфері цифрової дипломатії.

3. Для аналізу суспільного сприйняття у державах, співпраця з якими є стратегічно важливою для України, можна використовувати кількісні методи аналізу. Одним з них є соціологічні опитування закордонної громадськості, які можуть охоплювати широкий спектр питань, спрямованих на вивчення асоціацій, стереотипів та уявлень пов'язаних з Україною. Це дозволить

створити теоретичну базу для розробки диверсифікованого підходу до розвитку бренду України в глобальному масштабі.

На етапі планування розробляється концептуальне бачення, що включає формування візії, місії та цінностей на яких базується діяльність суб'єктів цифрової дипломатії. Це дозволить закласти основні принципи державної політики, а також встановити напрямки та орієнтири для подальшої постановки стратегічних цілей і завдань суб'єктами цифрової дипломатії.

Розробка стратегічних і операційних цілей також важливою частиною процесу управління. Одним з ефективних підходів до постановки цілей є використання моделі SMART. Такий підхід допоможе зрозуміти, які конкретні кроки повинен виконати той чи інший суб'єкт для досягнення пріоритетних напрямків.

На стратегічному рівні українській владі потрібно розробити та прийняти загальнодержавну стратегію цифрової дипломатії з чітко визначеними поняттєвим апаратом, метою, напрямками, цілями та пріоритетними завданнями. Крім того, важливо прийняти єдину стратегію розвитку національного бренду та дорожню карту імплементації цифрової дипломатії в Україні для державних інституцій. Кожен пункт документів, що мають стратегічне значення для розвитку напрямку, потребує детальної експертної та громадської дискусії, залучення широкого кола профільних спеціалістів, ретельних розрахунків та оцінки ризиків. Формування нормативно-правової основи допоможе забезпечити узгодженість дій та збалансованість ресурсів органів державної влади у виконанні стратегічних цілей і завдань.

Відсутність стратегічної основи є одним з основних проблемних моментів, що призводить до нескоординованих дій та різного бачення серед суб'єктів цифрової дипломатії щодо просування національних інтересів та іміджу України у світі. Для розв'язання цієї проблеми було б доцільно створити міжурядову координаційну раду, де регулярно обговорюватимуться пріоритети цифрової дипломатії з метою покращення взаємодії між МЗС та

іншими держаними відомствами, зокрема Міністерством цифрової трансформації та Міністерством оборони України.

Крім налагодження координації роботи державних органів, необхідно розробити механізми співпраці з недержавними акторами. Одним із таких механізмів може стати система грантової підтримки блогів та інформаційних каналів, які просувають національні інтереси України у світі та висвітлюють різні аспекти її життя. Зокрема, ці теми можуть включати перебіг війни, процес повоєнної відбудови, інтеграцію в євроатлантичний простір, проведення реформ та притягнення росії до міжнародної відповідальності. Також блогери можуть стати важливими партнерами у створенні цікавого та привабливого контенту, який відповідає інтересам та мові молоді аудиторії.

З-поміж заходів, спрямованих на покращення взаємодії з бізнесом, зокрема великими технологічними компаніями, задля активного залучення їх ресурсів та експертизи у розвиток України, можна розглянути призначення позаштатного радника або амбасадора, який відповідатиме за встановлення та підтримку контактів з такими компаніями.

Також потрібно налагодити тісну співпрацю між Міністерством закордонних справ та осередками українців, які проживають за кордоном, тобто діаспорою. Для цього варто використовувати різні механізми від організації та проведення акцій за підтримки зовнішньополітичних дипломатичних установ (ЗДУ) чи неурядових організацій, зокрема Світового конгресу українців, до створення відповідних онлайн-платформ. Глибоко інтегровані у суспільства країн перебування представники світових українських громад можуть стати «амбасадорами» національних інтересів України. Підтримка стабільного зв'язку з українськими експатами дозволить створити майданчик для спільного обговорення актуальних питань, координації спільних заходів та проєктів, а також обміну думками та ідеями щодо просування іміджу України за кордоном.

Одним із пріоритетних завдань є розширення стратегічної комунікації України на країни Глобального Півдня. Для досягнення кращого сприйняття

України необхідне глибше вивчення місцевих особливостей медіасфери, громадської думки та політичної культури. Важливим аспектом є підтримка розширення особистих контактів між населенням України та інших країн, оскільки висока обізнаність про країну має прямий вплив на формування позитивного ставлення і готовність до підтримки та партнерства.

Для покращення цифрової грамотності населення рекомендується активізувати освітні програми та проєкти, які будуть орієнтовані як на представників влади, так і на простих громадян різних вікових груп. Особливу увагу слід приділяти навчанню у сфері виявлення фейків, протидії дезінформації та підвищення кіберобізнаності. У цьому контексті важливо налагодити ефективну координацію з Міністерством цифрової трансформації, яка активно займається цим напрямком. Зокрема, за ініціативою Міністерства було створено онлайн-платформу «Дія.Освіта», яка пропонує широкий спектр навчальних матеріалів для підвищення рівня медіаграмотності та розвитку цифрових навичок для всіх громадян. Також для охоплення широких верств населення варто налагоджувати співпрацю з ЦНАПами, бібліотеками та приватним сектором, а також включити ці теми до навчальних програм шкіл і університетів. Підвищення цифрової грамотності серед людей похилого віку можна досягти через популяризацію університетів третього віку. Поруч з цим, слід розвивати ІТ-компетентності у ключових відомствах, відповідальних за реалізацію напрямку цифрової дипломатії.

Для досягнення цілей цифрової дипломатії необхідно залучати висококваліфікованих фахівців з відповідними знаннями та досвідом. Перш за все, необхідно найняти професіоналів з цифрової дипломатії у профільні державні структури, з урахуванням їх освіти та практичного досвіду. Окрім цього, для керування сторінками в соціальних мережах варто залучити фахівців зі сфери СММ, які мають спеціальну освіту у цій галузі. Також важливо використовувати міждисциплінарний та креативний підхід до ведення комунікації. Зокрема, сюди можна віднести залучення професійних аналітиків, фахівців зі зв'язків з громадськістю, смм-спеціалістів,

маркетологів та фандрейзерів та інших професіоналів з різних галузей до спільної розробки планів розвитку з державниками. Це дозволить забезпечити системне та комплексне використання цифрової дипломатії у зовнішній політиці України.

З метою удосконалення системи комунікації та підвищення присутності України у міжнародному цифровому просторі пропонується розширення цифрових каналів комунікації на різних мовах. У першу чергу, цього можна досягнути через налагодження співробітництва з популярними медійними та онлайн-платформами. Для досягнення більшого охоплення та залучення іноземної аудиторії, важливо створювати багатомовні канали комунікації, з пріоритетним використанням англійської мови як міжнародної мови спілкування. Наприклад, ведення офіційних акаунтів державних відомств, політичних лідерів та дипломатів у соціальній мережі «Твітер» англійською мовою допоможе розширити «дипломатичну мережу» держави та поглибити зв'язки з іноземними урядами.

Важливим кроком є зміна підходу комунікації з реактивного на проактивний. Після початку повномасштабної війни Україна перебуває у центрі уваги іноземних ЗМІ [66, с. 7]. Висока увага міжнародної спільноти до України відкриває нові можливості для розвитку та покращення її іміджу та просування власних наративів у глобальному медіаполі. Проте, для досягнення цієї мети необхідно розвивати більш структуровану та системну комунікацію, а не обмежуватись лише епізодичними повідомленнями щодо висвітлення поточних подій. Для цього важливо встановити стратегічне довгострокове партнерство з ключовими медіа, журналістами, блогерами та лідерами думок в різних регіонах світу. Також пропонується розробити систему тулкітів з кризових комунікацій для державних органів, що сприятиме ефективному управлінню в умовах кризи.

Послідовна і добре скоординована комунікація має потенціал суттєво вплинути на розподіл ключових тем про Україну у міжнародних ЗМІ, а відтак і на громадську думку у різних країнах. Цей підхід відкриває можливості

значно збільшити вплив України у світі шляхом активного просування важливих політичних ініціатив, наприклад таких як формула миру Президента України або програма «Grain from Ukraine». Окрім цього, необхідно напрацювати формат і виробити чітку лінію донесення інформації до міжнародних організацій, урядів та парламентів іноземних держав щодо важливості посилення санкційного тиску на росію та розширення гуманітарної та військової допомоги Україні.

Обов'язковою частиною стратегії цифрової дипломатії має стати система моніторингу та оцінювання, яка базується на чітких і вимірюваних індикаторах. Вироблення ключових показників ефективності (KPI) допоможе сформувати комплексний інструмент з оцінки динаміки розвитку цифрової дипломатії на регулярній основі, забезпечити моніторинг досягнення цілей та забезпечити контроль за реалізацією стратегічних завдань.

Висновки до розділу

Отже, для отримання глибшого розуміння сучасного стану реалізації цифрової дипломатії було проведено аналіз внутрішнього та зовнішнього середовищ SWOT. З проведеного аналізу було отримано дані про можливі загрози у реалізації цифрової дипломатії України, про слабкі та сильні сторони та про можливості, які сприятимуть її подальшому розвитку. На основі цього було виокремлено ряд викликів з якими стикається цифрова дипломатія сьогодні. Серед основних проблемних моментів варто виділити: відсутність стратегічного бачення розвитку цифрової дипломатії у державі; нестачу аналітичної бази та відповідних досліджень; неналежну міжінституційну та міжвідомчу співпрацю і координацію; кадрову проблему; низький рівень цифрової грамотності населення; недостатню увагу до цифрових інструментів; односторонність, реактивність та обмежений фокус комунікації; слабкий рівень системи кібербезпеки та поширення фейків і дезінформації з боку росії.

На основі опрацьованого матеріалу, проведеного SWOT-аналізу та відповідно до результатів опитування експертного кола, були визначені

ключові напрямки трансформації цифрової дипломатії. У межах цих напрямків були розроблені практичні рекомендації щодо удосконалення цифрової дипломатії у публічному секторі, зокрема; ширше використання методів стратегічного планування; розробка та прийняття загальнодержавної стратегії цифрової дипломатії та стратегії розвитку національного бренду; створення міжурядової координаційної ради; розбудова мережі контактів і довгострокових партнерств; грантова підтримка ініціатив недержавних акторів; призначення амбасадора, який відповідатиме за встановлення та підтримку контактів з великими технологічними компаніями; налагодження тісної співпраці з діаспорою за підтримки ЗДУ; 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.

ВИСНОВКИ

Таким чином, було проаналізовано місце цифрової дипломатії як інструменту стратегічних комунікацій України у публічному управлінні. Відповідно до поставлених завдань магістерської кваліфікаційної роботи можна зробити такі висновки:

По-перше, було проаналізовано поняття цифрової дипломатії та стратегічних комунікацій. Аналіз наукових підходів до визначення поняття «цифрова дипломатія» дозволив встановити, що це використання ІКТ для досягнення поставлених зовнішньополітичних цілей держави. Виявлено, що у сфері науки державного управління «стратегічні комунікації» – це використання власного комунікаційного потенціалу та можливостей стейкхолдерів, для здійснення інформаційного впливу на цільові аудиторії з метою зміни їх сприйняття та поведінки заради досягнення визначених стратегічних цілей. Було встановлено, що цифрова дипломатія є напрямом публічної дипломатії та інструментом стратегічних комунікацій України.

По-друге, було досліджено основні форми реалізації цифрової дипломатії. Виявлено, що на сучасному етапі цифрова дипломатія виступає комплексним та багатофункціональним механізмом, який завдяки можливостям інтернету поєднує у собі все різноманіття способів подачі інформації, зокрема використання електронної пошти, вебсайтів та блогів, соціальних медіа, месенджерів, інтернет-телефонії та стримінгових сервісів.

По-третє, було вивчено особливості стратегічного та інституційного вимірів реалізації цифрової дипломатії України. Аналіз показав, що стратегічне бачення напрямку знаходиться у процесі розробки. Встановлено, що основними документами, що регламентують розвиток цифрової дипломатії є «Стратегія публічної дипломатії МЗС» та «Стратегія зовнішньополітичної діяльності». Стосовно інституційного виміру, було виявлено, що реалізація напряму здійснюється на основі синергії державних і недержавних суб'єктів. Встановлено, що МЗС України займає центральну роль у системі.

По-четверте, було охарактеризовано міжнародний досвід використання цифрової дипломатії у стратегічних комунікаціях. Аналіз міжнародних рейтингів показав, що США, Індія та Франція лідують у цій сфері. Було встановлено, що поєднання традиційних методів зовнішньої політики з новими цифровими інструментами сприяє досягненню стратегічних цілей зовнішньої політики та розширенню дипломатичного впливу держави.

По-п'яте, було оцінено сучасний стан реалізації цифрової дипломатії в Україні. Результати експертного анкетування, показали позитивну оцінку сучасного стану та останніх тенденцій розвитку цифрової дипломатії. Респонденти високо оцінили роль цифрової дипломатії у досягненні цілей зовнішньої політики України. Також можна зробити висновок про наявність прогресу стосовно виконання цілей «Стратегії публічної дипломатії МЗС».

По-шосте, було ідентифіковано виклики, які виникають у процесі реалізації цифрової дипломатії в Україні. Було встановлено, що основними викликами є відсутність стратегічного бачення; нестача аналітичної бази; неналежна міжінституційна координація; кадрова проблема; цифрова неграмотність населення; односторонність, реактивність та обмежений фокус комунікації; слабкий рівень кібербезпеки та гібридні форми війни з боку РФ.

По-сьоме, було визначено напрямки удосконалення цифрової дипломатії України, зокрема прийняття стратегії цифрової дипломатії; створення міжурядової координаційної ради; розбудова мережі довгострокових партнерств; грантова підтримка ініціатив; налагодження співпраці з діаспорою; активізація освітніх проєктів; залучення кваліфікованих фахівців; розширення цифрових каналів комунікації різними мовами; просування політичних ініціатив та створення системи моніторингу.

Отже, можна зробити висновок, що цифрова дипломатія є ефективним інструментом для досягнення зовнішньополітичних цілей та просування національних інтересів держави у світі. Україна володіє високим потенціалом у розвитку цифрової дипломатії як ключового інструменту стратегічних комунікацій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Abbasov A. Digital diplomacy: Embedding information and communication technologies in the department of foreign affairs and trade. 2007. 37 p. URL: <http://www.academia.edu/1058526/>
2. About: Diplopedia. U.S. Department of State. URL: <https://2009-2017.state.gov/m/irm/ediplomacy/115847.htm> (date of access: 02.06.2023)
3. Anholt S. Places: Identity, Image and Reputation. New York: Palgrave Macmillan. 2010. 168 p.
4. Barston R. Modern diplomacy. 4th ed. New York: Routledge. 2014. 36 p. URL: <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9781315832890/modern-diplomacy-barston>
5. 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,%20Marcus-Digital%20Diplomacy_%20Theory%20and%20Practice-Routledge%20\(2015\).pdf](https://www.defence.lk/upload/ebooks/(Routledge%20New%20Diplomacy%20Studies)%20Bjola,%20Corneliu_%20Holmes,%20Marcus-Digital%20Diplomacy_%20Theory%20and%20Practice-Routledge%20(2015).pdf)
6. Bradshaw S. Digital diplomacy – #notdiplomacy. Centre for International Governance Innovation. 2015. URL: <https://www.cigionline.org/articles/digital-diplomacy-notdiplomacy/>
7. Brand Ukraine. Вебсайт Brand Ukraine. URL: <https://brandukraine.org.ua/uk/> (дата звернення: 28.05.2023)
8. Cave D. Does Australia do digital diplomacy? Lowy Institute. 2015. URL: <https://www.lowyinstitute.org/the-interpreter/does-australia-do-digital-diplomacy>
9. Cave D. Global diplomacy has gone digital and Australia has been left behind. The Sydney Morning Herald. URL: <https://www.smh.com.au/opinion/global-diplomacy-has-gone-digital-and-australia-has-been-left-behind-20150922-gjs6tg.html>

10. Chhabra R. Twitter Diplomacy: A Brief Analysis. Observer Research Foundation. 2020. No. 335. 12 p. URL: https://www.orfonline.org/wp-content/uploads/2020/01/ORF_IssueBrief_335_TwitterDiplomacy.pdf
11. Cowan G., Arsenault A. Moving from Monologue to Dialogue to Collaboration: The Three Layers of Public Diplomacy. The Annals of the American Academy of Political and Social Science, 2008. Vol. 616, No. 1. P. 10-30
12. Cull N. «Public diplomacy» before Gullion: the evolution of a phrase. USC Center on Public Diplomacy: USC University of Southern California. 2006. URL: <https://uscpublicdiplomacy.org/blog/public-diplomacy-gullion-evolution-phrase>
13. Cull N. The long road to public diplomacy 2.0: the Internet in US public diplomacy. International Studies Review. 2013. No. 15. 33 p. URL: <https://ash.harvard.edu/files/cull.pdf>
14. Department of Defense Dictionary of Military and Associated Terms. July 2001. 770 p. URL: <https://irp.fas.org/doddir/dod/dictionary.pdf>
15. Digital Diplomacy Index. Вебсайт Digital Diplomacy Index. URL: <https://digital-diplomacy-index.com/> (date of access: 12.05.2023)
16. 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
17. Funnell, A. E-diplomacy goes global. ABC. 2014. URL: <http://www.abc.net.au/radionational/programs/futuretense/digital-diplomacy/5344156> (date of access: 11.05.2023)
18. Futures for diplomacy: Integrative diplomacy in the 21st century. Hocking B. et al. Clingendael: Netherlands Institute of International Relations. 2012. 85 p. URL: https://www.clingendael.org/sites/default/files/2016-02/20121030_research_melissen.pdf
19. 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
20. Global Ukraine. Вебсайт Global Ukraine. URL: <https://www.global-ukraine.org/> (дата звернення: 28.05.2023)

21. Grant R. The democratisation of diplomacy: Negotiating with the internet. Netherlands Institute of International Relations «Clingendael». 2004. 40 p. URL: https://www.clingendael.org/sites/default/files/pdfs/20050900_cli_paper_dip_issue_100.pdf
22. Gregory B. Public diplomacy sunrise of an academic field. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 2008. Vol. 616. Iss. 1. P. 274–290. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/epdf/10.1177/0002716207311723>
23. Guerrero-Castro C. Strategic Communication for Security & National Defense: Proposal for an Interdisciplinary Approach. *Partnership for Peace Consortium of Defense Academies and Security Studies Institutes*. Vol. 12, № 2. 2013. P. 27-52. URL: <http://connections-qj.org/article/strategic-communication-security-national-defense-proposal-interdisciplinary-approach>
24. Hansen A. *USIA: Public Diplomacy in the Computer Age*. Praeger, 1989. 254 p.
25. Hanson F. *Baked In and Wired: eDiplomacy@State*. URL: <https://www.brookings.edu/wpcontent/uploads/2016/06/baked-in-hansonf-5.pdf>
26. Hanson F. *Revolution @State: The Spread of Ediplomacy*. URL: https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2016/06/03_ediplomacy_hanson.pdf
27. Harris, B. Diplomacy 2.0: The future of social media in nation branding. *The Journal of Public Diplomacy*: Vol. 4: Iss. 1, Article 3. 2013. P. 17-31. URL: <https://surface.syr.edu/exchange/vol4/iss1/3/>
28. Hendrix J., Hayes D., Kumar P. *Public Relations Cases*. 9th ed. Cengage Learning, 2012. 448 p.
29. Hirsch C. Europeans support Ukraine joining the EU – but not yet. *Politico*. URL: https://www.politico.eu/article/poll-show-european-back-ukraine-path-to-eu-membership/?utm_source=POLITICO.EU&utm_campaign=c68a30621d-EMAIL_CAMPAIGN_2022_03_16_05_25&utm_medium=email&utm_term=0_10959edeb5-c68a30621d-190517661 (date of access: 06.06.2023)

30. Jann W., Wegrich K. Theories of the Policy Cycle. Handbook of Public Policy Analysis. New York, 2007. P. 43–62. URL: https://www.researchgate.net/publication/270876927_4_Theories_of_the_Policy_Cycle.
31. Kurbalija J. An Introduction to Internet Governance. 7th ed. DiploFoundation. 2016. URL: https://www.diplomacy.edu/wp-content/uploads/2021/12/AnIntroductiontoIG_7th-edition.pdf
32. Lewis D. Digital diplomacy. Gateway House. 2014. URL: <https://www.gatewayhouse.in/digital-diplomacy-2/>
33. Manor I. Are We There Yet: Have MFAs Realized the Potential of Digital Diplomacy? Diplomacy and Foreign Policy, 2016. Vol. 1, No. 2. 110 p. URL: <https://uscpublicdiplomacy.org/sites/uscpublicdiplomacy.org/files/useruploads/u35306/Are%20We%20There%20Yet%20Final.pdf>
34. Manor I., Segev E. America's selfie: How the US portrays itself on its social media accounts. Digital diplomacy: Theory and practice. 2015. P. 89-108. URL: <https://digdipblog.files.wordpress.com/2014/02/americas-selfie.pdf>
35. Manor I. What is Digital Diplomacy, and how is it Practiced around the World? A brief introduction. The 2016 Annual Review of the Diplomatist Magazine. 2016. P. 36-47
36. McDowell M. Public Diplomacy at the Crossroads: Definitions and Challenges in an «Open Source» Era. The Fletcher Forum of World Affairs. Vol. 32:3. Special Edition. 2008. 12 p. URL: <https://dl.tufts.edu/downloads/p8418z89c?filename=5999nf059.pdf>
37. Metzgar E. Is It the Medium or the Message? Social Media, American Public Diplomacy & Iran. Global Media Journal. 2012. 16 p. URL: https://www.researchgate.net/publication/280883185_Is_It_the_Medium_or_the_Message_Social_Media_American_Public_Diplomacy_Iran
38. NATO Strategic Communications Policy. 2009. 7 p. URL: <http://info.publicintelligence.net/NATO-STRATCOM-Policy.pdf>

39. Office of eDiplomacy. U.S. Department of State. URL: <https://2001-2009.state.gov/m/irm/ediplomacy/index.htm> (date of access: 02.06.2023)
40. Online Etymology Dictionary. URL: <https://www.etymonline.com/search?q=digital> (date of access: 03.05.2023)
41. Pamment J. Digital diplomacy as transmedia engagement: Aligning theories of participatory culture with international advocacy campaigns. Sage Journals. 2015. Vol. 18. Iss. 9. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1461444815577792> (date of access: 04.06.2023)
42. Pamment J. *New Public Diplomacy in the 21st Century: A Comparative Study of Policy and Practice*. London: Routledge. 2012. 184 p.
43. Paul C. *Strategic Communication: Origins, Concepts, and Current Debates* (Praeger Security International). Praeger. Illustrated edition, 2011. 256 p.
44. Price M., Haas S., Margolin D. *New Technologies and International Broadcasting: Reflections on Adaptations and Transformations*. The annals of the American Academy of Political and Social Science. 2008. Vol. 616. No.1. P. 150 - 172. URL: https://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1155&context=asc_papers.
45. Proedrou F., Frangonikolopoulos C. *Refocusing Public Diplomacy: The Need for Strategic Discursive Public Diplomacy*. *Diplomacy and Statecraft*, 2012. Vol. 23. No. 4. 741 p.
46. Report of the Defense Science Board Task Force on Managed Information. Washington: Office of the Under Secretary of Defense For Acquisition, Technology, and Logistics, 2001. 85 p. URL: <https://uscpublicdiplomacy.org/sites/default/files/439736.pdf>
47. Report of the Defense Science Board Task Force on Strategic Communication. Washington: Office of the Under Secretary of Defense For Acquisition, Technology, and Logistics, 2004. 111 p. URL: <http://www.acq.osd.mil/dsb/reports/ADA428770.pdf>

48. Ritto L. Diplomacy and its practice vs digital diplomacy. *Diplomacy Magazine*. 2014. URL: <https://diplomatmagazine.eu/2014/10/18/diplomacy-practice-vs-digital-diplomacy-2/>
49. 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>
50. Russia's Cyber Tactics: Lessons Learned 2022. State Service of Special Communication and Information Protection. 2022. 33 p. URL: <https://cip.gov.ua/services/cm/api/attachment/download?id=53466>
51. Sandre A. Twiplomacy is bringing diplomacy back to relevancy. *Diplo*. 2012. URL: <http://www.diplomacy.edu/blog/twiplomacy-bringing-diplomacy-back-relevancy>
52. Stratégie internationale de la France pour le numérique. URL: https://mz.ambafrance.org/IMG/pdf/strategie_numerique_a4_02_interactif_cle445a6a-2.pdf?5243/4ef965f8e38477faa538f4f66fd5e1769bd7f098
53. Strock R. Strategic Communications and the Spectrum of Conflict. Pennsylvania: US Army History Institute Signal Corps. 1966. 26 p. URL: <https://apps.dtic.mil/sti/pdfs/ADA488153.pdf>
54. Tatham S. Strategic Communications: A Primer. Shrivenham: Defence Academy of the UK. 2008. 34 p. URL: https://www.files.ethz.ch/isn/94411/2008_Dec.pdf
55. The geopolitical turmoil of 2022 presents a multitude of challenges for the transatlantic community: Public opinion in times of geopolitical turmoil. Bertelsmann Foundation. 65 p. URL: <https://www.gmfus.org/sites/default/files/2022-09/Transatlantic%20Trends%202022.pdf>
56. Twiplomacy 2022 Top 50 Power Ranking. Twiplomacy. URL: <https://www.twiplomacy.com/top-50-world-leader-power-ranking> (date of access: 02.06.2023)

57. UkraineWorld. Вебсайт UkraineWorld. URL: <https://ukraineworld.org/> (дата звернення: 28.05.2023)
58. U.S. Department of State Official Blog. U.S. Department of State. URL: <https://www.state.gov/about-dipnote/> (date of access: 03.06.2023)
59. Virtual Student Foreign Service. U.S. Department of State. URL: <https://2009-2017.state.gov/vsfs/index.htm> (date of access: 03.06.2023)
60. Боротьба на кіберфронті: як долучитися до української IT-армії. Вебсайт Міністерства цифрової трансформації України. URL: <https://thedigital.gov.ua/news/borotba-na-kiberfronti-yak-doluchitися-do-ukrainskoi-it-armii> (дата звернення: 28.05.2023)
61. Булега К., Чарських І. Цифрова дипломатія як елемент зовнішньополітичної діяльності держав. Вісник НАДУ. Серія «Державне управління». 2020. С. 9-11 URL: <https://jvestnik-sss.donnu.edu.ua/article/download/5447/5474>
62. В МЗС створено новий напрям роботи – публічна дипломатія. Вебсайт Міністерства закордонних справ України. URL: <https://mfa.gov.ua/news/43433-v-mzs-stvoreno-novij-napryam-robotipublichna-diplomatija> (Дата звернення: 25.05.2023)
63. Громадська дипломатія та демократичний імідж держави: монографія / І.Ю. Сухорольська, Я. Б. Турчин. Львів: Видавництво Тараса Сороки, 2019. 272 с.
64. Дія. Вебсайт Дії. URL: <https://diia.gov.ua/> (дата звернення: 28.05.2023)
65. Захаревич Ю. Публічна дипломатія як інструмент «м'якої сили» зовнішньої політики України (2014-2022 рр.) : Магістерська кваліфікаційна робота. Львів, 2022. 112 с.
66. Звіт про сприйняття України у світі. Brand Ukraine. URL: <https://brandukraine.org.ua/uk/analytics/zvit-pro-spriynyattya-ukrayini-u-sviti-2022/>
67. Ліпкан В., Попова Т. Стратегічні комунікації: словник / за заг. ред. В. Ліпкана. Київ: ФОП О. С. Ліпкан, 2016. 416 с.

68. Мальський М. та ін. Криза сучасної системи безпеки: нова карта геополітичних протистоянь. Матеріали міжнар. наук. конф., м. Львів, 16 квіт. 2021 р. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка 2021. URL: <https://www.ispc.org.ua/wp-content/uploads/2021/04/Conference-proceedings-04-2021.pdf>
69. Митко А. Інформаційна демократія: реалії та виклики часу. Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки. Луцьк : Вежа-друк, 2014. 400 с. URL: https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/9067/1/monograf_mytko.pdf
70. Овцера А. «Твіттер-дипломатія» як інструмент зовнішньої політики. Травневі студії. 2019. № 4, С. 181-184. URL: <https://jts.donnu.edu.ua/article/view/6899>
71. Окладна М., Стеценко, В. Роль цифрової дипломатії в сучасній зовнішній політиці держави. Право та інноваційне суспільство. № 2. 2020. С. 13-17. URL: https://apir.org.ua/wp-content/uploads/2020/12/Okladna_Stetsenko15.pdf
72. Піпченко Н. Цифрова дипломатія як інструмент зовнішньополітичної діяльності США. Міжнародні відносини «Політичні науки». 2015. № 5. С. 11. URL: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/view/2511/2241
73. Подоляк М. Грані... лицемірства... Майже рік війни. І лише 9% із майже півтори тисячі світових компаній покинули ринок Рф... Серед західних компаній. Telegram. URL: https://t.me/M_Podolyak/124 (дата звернення: 10.06.2023).
74. Почепцов Г. Г. Стратегічні комунікації: стратегічні комунікації в політиці, бізнесі та державному управлінні: навч. посіб. для студ. і аспір. Київ: Альтерпрес, 2008. 216 с.
75. Про дипломатичну службу: Закон України від 07.06.2018 № 2449-VIII (редакція від 01.01.2022). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2449-19/ed20220101#Text>

76. Про засади внутрішньої і зовнішньої політики: Закон України від 01.07.2010 № 2411-VI (редакція від 08.07.2018). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2411-17#Text>
77. Про затвердження Концепції стратегічних комунікацій Міністерства оборони України та Збройних Сил України: Наказ Міністерства оборони України від 22 листопада 2017 р. № 612. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0612322-17>
78. Про затвердження плану заходів з реалізації Концепції популяризації України у світі та просування інтересів України у світовому інформаційному просторі: Розпорядження від 7.06.2017 № 383-2017-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/383-2017-%D1%80#Text>
79. 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-dii-uriadu-na-2023-rik-221r-140323>
80. Про невідкладні заходи щодо об'єднання зусиль для підтримки України: Указ Президента України від 17 травня 2022 р. № 344/2023 (редакція від 12.11.2022). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/344/2022#Text>
81. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 02 вересня 2015 р. «Про нову редакцію Воєнної доктрини України»: Указ Президента України від 24 вересня 2015 р. № 555/2015. URL: <http://www.president.gov.ua/documents/5552015-19443>
82. 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>
83. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 18 березня 2022 року «Щодо реалізації єдиної інформаційної політики в умовах воєнного стану»: Указ Президента України від 18 березня 2022 р. № 152/2022. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/1522022-41761>

84. 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>
85. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 30 липня 2021 року «Про Стратегію зовнішньополітичної діяльності України»: Указ Президента України від 26 серпня 2021 р. № 448/2021. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/4482021-40017>
86. Сегеда О. Цифрова дипломатія України як елемент нової публічної дипломатії. Політикус, 2020. № 3. С. 139-148. URL: http://politicus.od.ua/3_2020/23.pdf
87. Степанов В., Бричук К. Цифрова дипломатія як інструмент масової комунікації в публічному управлінні. Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. 2020. № 3. С. 5-10.
88. Стратегія публічної дипломатії Міністерства закордонних справ України на 2021-2025 роки. Міністерство закордонних справ України. URL: <https://cutt.ly/nnrugml>
89. Турчин Я. Електронна дипломатія як важлива складова зовнішньої політики держави. Львів: Видавництво Львівської політехніки. 2014. С. 104-105. <http://195.22.112.37/bitstream/ntb/24747/1/45-104-105.pdf>
90. Український інститут. Вебсайт Українського інституту. URL: <https://ui.org.ua/> (дата звернення: 27.05.2023)
91. Фам Т., Талавера О., Ві Л. Координація комунікацій: Результати дослідження міністерських акаунтів у Twitter. Вокс Україна. 2019. URL: <https://voxukraine.org/koordinatsiya-komunikatsij-rezultati-doslidzhennya-ministerskih-akauntiv-u-twitter> (дата звернення: 27.05.2023)
92. Цифрова грамотність населення України: Звіт за результатами загальнонаціонального опитування. Міністерство цифрової трансформації. 2021. 134 с. URL: https://osvita.diia.gov.ua/uploads/0/2625-doslidzenna_2021_ukr.pdf

93. Як сприймають Україну в державах ЄС. Київ: Центр «Нова Європа», 2020. 44 с. URL: http://neweurope.org.ua/wp-content/uploads/2020/11/What-is-Ukraine-s-perception-in-the-EU_ukr_web-1.pdf
94. 21st century statecraft: The «Internet moment» in foreign policy. U.S. Department of State. URL: <https://2009-2017.state.gov/statecraft/overview/index.htm> (дата звернення: 02.06.2023)

ДОДАТКИ

Додаток А

АНКЕТА

з оцінювання експертної думки

«СТАН РЕАЛІЗАЦІЇ ЦИФРОВОЇ ДИПЛОМАТІЇ В УКРАЇНІ»

Шановні експерти!

Запрошуємо Вас взяти участь у соціологічному дослідженні, що проводиться з метою оцінки стану реалізації цифрової дипломатії в Україні. Вам буде запропоновано декілька запитань. Виберіть варіант відповіді, найбільш відповідний на Вашу думку. Заповнення анкети займе у Вас не більше 10 хвилин. Анонімність і конфіденційність отриманої інформації гарантуємо. Дані будуть використані тільки в узагальненому вигляді.

Дякуємо за згоду взяти участь у нашому опитуванні!

1. Зазначте за п'ятибальною шкалою, наскільки Ви оцінюєте рівень своєї обізнаності щодо концепції цифрової дипломатії?

(Де, «1» нічого не знаю, а «5» повністю обізнаний/обізнана).

1 2 3 4 5

2. Як би Ви оцінили стан реалізації цифрової дипломатії в Україні на сьогодні?

1. Позитивно
2. Скоріше позитивно
3. Скоріше негативно
4. Негативно
5. Важко відповісти

3. Чи є, на Ваш погляд, ефективною цифрова дипломатія у реалізації цілей зовнішньої політики, визначених «Стратегією зовнішньополітичної діяльності України»?

1. Відновлення миру і територіальної цілісності України в межах її міжнародно визнаного державного кордону	Так	Скоріше так	Скоріше ні	Ні	Важко відповісти
2. Притягнення Російської Федерації до міжнародно-правової відповідальності	Так	Скоріше так	Скоріше ні	Ні	Важко відповісти
3. Захист прав та інтересів громадян України за кордоном	Так	Скоріше так	Скоріше ні	Ні	Важко відповісти
4. Протидія дезінформаційним атакам із зовнішніх джерел, що здійснюються на шкоду національним інтересам та іміджу України за кордоном	Так	Скоріше так	Скоріше ні	Ні	Важко відповісти
5. Формування безпечного середовища	Так	Скоріше так	Скоріше ні	Ні	Важко відповісти
6. Набуття повноправного членства в НАТО	Так	Скоріше так	Скоріше ні	Ні	Важко відповісти
7. Набуття повноправного членства в ЄС	Так	Скоріше так	Скоріше ні	Ні	Важко відповісти
8. Сприяння зовнішній торгівлі та інвестиціям	Так	Скоріше так	Скоріше ні	Ні	Важко відповісти
9. Технологічна та екологічна трансформація України	Так	Скоріше так	Скоріше ні	Ні	Важко відповісти
10. Свобода пересування громадян України у світі	Так	Скоріше так	Скоріше ні	Ні	Важко відповісти
11. Підтримка українців за кордоном, їх залучення до державотворчих, соціальних, економічних проєктів	Так	Скоріше так	Скоріше ні	Ні	Важко відповісти
12. Формування і просування позитивного іміджу України у світі	Так	Скоріше так	Скоріше ні	Ні	Важко відповісти

4. Наскільки ефективною, на Вашу думку, є діяльність зазначених груп суб'єктів у сфері реалізації цифрової дипломатії?

(Дайте оцінку по кожній позиції за п'ятибальною шкалою від 1 до 5, де «1» означає, що діяльність є зовсім неефективною, «5» – дуже ефективною).

1. Державні відомства	5	4	3	2	1	Важко відповісти
2. Приватні корпорації	5	4	3	2	1	Важко відповісти
2. Громадськість	5	4	3	2	1	Важко відповісти

5. Як Ви оцінюєте діяльність Міністерства закордонних справ України щодо популяризації держави за кордоном?

1. Позитивно
2. Нейтрально
3. Негативно
4. Важко відповісти

6. Оцініть, будь ласка, наскільки, на Вашу думку, систематично застосовуються зазначені інструменти суб'єктами цифрової дипломатії для просування національних інтересів України?

(Дайте оцінку по кожній позиції за п'ятибальною шкалою від 1 до 5, де «1» означає, що інструмент зовсім не використовується, «5» – активно використовується).

1. Електронна пошта (наприклад, Gmail, Ukr.net, Yahoo)	5	4	3	2	1	Важко відповісти
2. Вебсайти та блоги (наприклад, Blogger, WordPress, Medium)	5	4	3	2	1	Важко відповісти
3. Соціальні медіа (наприклад, Facebook, Instagram, Twitter)	5	4	3	2	1	Важко відповісти
4. Месенджери (наприклад, Telegram, WhatsApp, Viber)	5	4	3	2	1	Важко відповісти
5. Інтернет-телефонія (наприклад, Skype, Zoom, Webex)	5	4	3	2	1	Важко відповісти
6. Стримінгові сервіси (наприклад, YouTube, Spotify, Netflix)	5	4	3	2	1	Важко відповісти

7. Оцініть, будь ласка, наскільки, на Вашу думку, зазначені фактори гальмують реалізацію цифрової дипломатії України.

(Дайте оцінку по кожній позиції за п'ятибальною шкалою від 1 до 5, де «1» означає, що фактор зовсім не гальмує реалізацію цифрової дипломатії, а «5» – гальмує дуже суттєво).

1. Відсутність загальнонаціональної інформаційно-комунікаційної стратегії	5	4	3	2	1	Важко відповісти
2. Нормативна нерегульованість та невизначеність правових рамок	5	4	3	2	1	Важко відповісти
3. Надмірна забюрократизованість прийняття політичних рішень	5	4	3	2	1	Важко відповісти
4. Неналежна міжінституційна та міжвідомча співпраця і координація	5	4	3	2	1	Важко відповісти
5. Недостатні знання та навички в галузі цифрових технологій серед дипломатів та держслужбовців	5	4	3	2	1	Важко відповісти
6. Недостатня фінансова спроможність та обмежений бюджет	5	4	3	2	1	Важко відповісти
7. Корупція	5	4	3	2	1	Важко відповісти
8. Нерозвинена ІТ-інфраструктура	5	4	3	2	1	Важко відповісти
9. Низький рівень цифрової грамотності населення	5	4	3	2	1	Важко відповісти
10. Дезінформаційні атаки та гібридні форми війни з боку РФ	5	4	3	2	1	Важко відповісти
11. Недостатній рівень міжнародного партнерства та співпраці	5	4	3	2	1	Важко відповісти
12. Конкуренція за увагу в міжнародному інформаційному середовищі	5	4	3	2	1	Важко відповісти

8. Як Ви оцінюєте тенденції розвитку цифрової дипломатії в Україні протягом останніх 2 років?

1. Значне покращення
2. Покращення
3. Незначне покращення
4. Без змін
5. Незначне погіршення
6. Погіршення
7. Значне погіршення

9. Як ви оцінюєте рівень поінформованості світової громадськості про Україну?

1. Високий рівень поінформованості
2. Середній рівень поінформованості
3. Низький рівень поінформованості
4. Важко відповісти

10. Чи вважаєте Ви, що Україна зробила достатньо кроків для формування ставлення до неї як демократичної європейської країни, яка рухається до повноправного членства в ЄС та НАТО?

1. Так
2. Ні
3. Важко відповісти

11. Як Ви оцінюєте ефективність системи протидії шкідливим наративам, спрямованих проти України?

1. Ефективна
2. Скоріше ефективна
3. Скоріше неефективна
3. Неефективна
4. Важко відповісти

12. Наскільки Ви погоджуєтесь з наступними твердженнями щодо реалізації цифрової дипломатії в умовах війни?

1. Війна зумовила збільшення уваги до цифрової дипломатії як важливого інструменту ведення комунікації та інформаційного обміну зі світовою громадськістю.

Повністю погоджуюся	Частково погоджуюся	Скоріше не погоджуюся	Не погоджуюся	Важко відповісти
---------------------	---------------------	-----------------------	---------------	------------------

2. Умови війни ускладнюють впровадження цифрової дипломатії і зменшують її ефективність.

Повністю погоджуюся	Частково погоджуюся	Скоріше не погоджуюся	Не погоджуюся	Важко відповісти
---------------------	---------------------	-----------------------	---------------	------------------

3. В умовах війни цифрова дипломатія не має вагомого значення і варто сконцентруватись на інших аспектах.

Повністю погоджуюся	Частково погоджуюся	Скоріше не погоджуюся	Не погоджуюся	Важко відповісти
---------------------	---------------------	-----------------------	---------------	------------------

13. Чи вважаєте Ви цифрову дипломатію ефективним інструментом для просування національних інтересів України у світі?

1. Так
2. Ні
3. Важко відповісти

14. Як ви оцінюєте потенціал України в розвитку цифрової дипломатії як одного з основних інструментів стратегічних комунікацій?

1. Високий
2. Середній
3. Низький
4. Важко відповісти

15. Зазначте які, на Вашу думку, 3 ключові досягнення цифрової дипломатії України за останні кілька років?

16. Зазначте яких, на Вашу думку, 3 найбільш значущих помилок допустилися управлінці на місцях в процесі реалізації цифрової дипломатії України?

17. Які додаткові заходи, на Вашу думку, необхідно взяти для поліпшення стану реалізації цифрової дипломатії України?

СОЦІАЛЬНО-ДЕМОГРАФІЧНІ ДАНІ РЕСПОНДЕНТА

18. Ваша стать:

1. Чоловік
2. Жінка
3. Інше (будь ласка, уточніть): _____

19. Скільки років Вам уже виповнилося: _____

20. Ваша освіта:

1. Початкова загальна освіта
2. Базова загальна середня освіта
3. Повна загальна середня освіта
4. Професійно-технічна освіта
5. Неповна вища освіта
6. Базова вища освіта (бакалавр)
7. Повна вища освіта (спеціаліст/магістр)
8. Доктор філософії/мистецтва
9. Доктор наук
10. Інше (будь ласка, уточніть): _____

21. Ваша професійна діяльність:

1. Державна служба
2. Дипломатична діяльність
3. Бізнес/підприємництво
4. Наукова діяльність

5. Громадська діяльність

6. Інше (будь ласка, уточніть) _____

22. Якщо Ви працюєте, то в якому секторі?

1. У державному секторі
2. У приватному секторі
3. У некомерційному секторі
4. Не працюю

Щиро дякуємо Вам за виділений час на заповнення анкети!

Додаток Б

Таблиця Б.1

Індекс цифрової дипломатії, що базується на даних із дипломатичних твітер-акаунтів країн G20

Last updated: 12.05.2023		DIPLOMATIC NETWORK REACH	DIPLOMATIC WEIGHT	VOCALITY	MESSAGE EFFICIENCY	GLOBAL COUNTRY VISIBILITY	FORMAT PROFICIENCY	MOMENTUM	DIPLOMATIC CENTRALITY	LANGUAGE DIVERSITY	DIGITAL DIPLOMACY INDEX
1	United States	9.55	10	9.72	8.1	9.16	7.77	9.76	7.75	8.93	9
2	India	10	8.6	9.5	8.82	9.28	9.01	10	7.29	10	8.96
3	France	8.89	7.45	9.38	6.08	9.22	8.9	7.69	10	9.09	8.42
4	Mexico	8.97	8.32	8.8	7.15	9.11	9.14	8.7	5.12	7.28	8.05
5	Russia ▲+1	8.12	8.15	10	6.26	9.27	9.94	8.05	5.62	9.24	8.03
6	Japan ▲+1	8.31	8.62	8.95	7.04	10	7.48	7.2	6.13	8.93	8.02
7	Canada ▼-2	8.62	7.67	8.93	6.39	8.78	8.29	7.06	8.2	8.77	8.02
8	United Kingdom	8.49	8.49	8.18	6.01	8.44	8.55	0	9.34	8.22	7.84
9	Brazil	8.91	7.51	7.05	7.03	9.22	9.42	8.65	5.23	4.88	7.74
10	Germany	7.91	7.63	8.22	4.08	8.86	8.08	5.44	9.03	8.22	7.59
11	Turkey	9.35	6.13	8.63	10	9.27	8.24	9.05	2.63	6.31	7.5
12	Saudi Arabia	8.99	6.38	8.39	6.66	8.1	9.81	8.27	4.87	6.67	7.43
13	Italy	8.02	6.45	7.8	5.21	8.69	9.45	4.76	7.78	7.54	7.35
14	China	7.17	8.18	8.34	5.05	9.47	8.99	5.96	4.7	8.6	7.31
15	Indonesia	9.16	6.4	6.75	8.23	8.56	8.27	8.76	3.56	4.21	7.21
16	Argentina	8.06	6.92	6.34	6.63	8.66	9.19	5.03	5.77	3.33	7.13
17	Australia	7.53	6.81	7.91	4.43	8.48	9.24	0	8.3	8.01	7.04
18	South Korea	8.01	5.63	5.03	7.52	8.21	10	5.91	2.88	3.33	6.55
19	South Africa	8.08	6.61	6.91	4.56	8.05	6.52	7.14	1.9	6.67	6.17

Джерело: дані з офіційного сайту «Digital Diplomacy Index» [14].

Додаток В

01  NARENDRA MODI @narendramodi	02  JOE BIDEN @POTUS	03  RECEP TAYYIP ERDOĞAN @RTErdogan	04  GUSTAVO PETRO @petrogustavo	05  JAIR BOLSONARO @jairbolsonaro
06  NICOLÁS MADURO @NicolasMaduro	07  VOLODYMYR ZELENSKYI @ZelenskyyUa	08  JUSTIN TRUDEAU @JustinTrudeau	09  NAYIB BUKELE @nayibbukele	10  GABRIEL BORIC @gabrielboric
11  JOKO WIDODO @jokowi	12  EMMANUEL MACRON @EmmanuelMacron	13  WILLIAM RUTTO @WilliamsRuto	14  ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR @lopezobrador_	15  MIGUEL DÍAZ-CANEL @DiazCanelB
16  ALBERTO FERNÁNDEZ @alferdez	17  PEDRO SÁNCHEZ @sanchezcastejon	18  CYRIL RAMAPHOSA @CyrilRamaphosa	19  LIZ TRUSS @trussliz	20  GUILLERMO LASSO @LassoGuillermo
21  ANTHONY ALBANESE @AlbaMP	22  MUSTAFA AL-KADHIMI @MAKadhimi	23  SHEHBAZ SHARIF @CMShehbaz	24  SANNA MARIN @MarinSanna	25  ISMAIL SABRI YAAKOB @IsmailSabri60
26  XIOMARA CASTRO @XiomaraCastroZ	27  LUIS ARCE @LuchoXBolivia	28  PETR FIALA @P_Fiala	29  YOWERI MUSEVENI @KagutaMuseveni	30  DRITAN ABAZOVIĆ @DritanAbazovic
31  YAIR LAPID @yairlapid	32  PEDRO CASTILLO @PedroCastilloTe	33  ANDREW HOLNESS @AndrewHolnessJM	34  KAJA KALLAS @kajakallas	35  ABIY AHMED @AbiyAhmedAli
36  NANA AKUFO-ADDO @NAkufoAddo	37  MOHAMED BIN ZAYED AL NAHYAN @MohamedBinZayed	38  MARK RUTTE @MinPres	39  HAKAİNDE HICHILEMA @HHichilema	40  BONGBONG MARCOS @bongbongmarcos
41  MACKY SALL @Macky_Sall	42  ABDEL FATTAH EL-SISI @AbisiOfficial	43  LUIS ABINADER @luisabinader	44  MOKGWEETSI MASISI @OfficialMasisi	45  MATEUSZ MORAWIECKI @MorawieckiM
46  ARIEL HENRY @DrArielHenry	47  ALEJANDRO GIAMMATTEI @DrGiammattei	48  OLAF SCHOLZ @OlafScholz	49  MARITO ABDO BENÍTEZ @MaritoAbdo	50  KRISJÁNIS KARINŠ @krisjaniskarins

Рис. В.1. Рейтинг 50-ти найвпливовіших світових лідерів в соціальній мережі «Твіттер».

Джерело: дані з офіційного сайту «Twitpolomacy» [54].