

Сегеда Ольга Олегівна

Цифрова дипломатія України як елемент нової публічної дипломатії

УДК 327.82 (477)
DOI <https://doi.org/10.24195/2414-9616.2020-3.21>

Сегеда Ольга Олегівна
магістр східної філології,
третій секретар
Посольства України в Державі Кувейт
Кувейт, р-н Сурра, блок 5, вул. 1, буд. 37

У статті аналізується еволюція поняття «публічна дипломатія» у світовій та українській дипломатичній практиці, досліджуються можливості використання потенціалу публічної дипломатії України в цифровому вимірі. Залежно від сучасних трактувань зазначеного терміна в дипломатичній практиці країн із найдовшою історією публічної дипломатії (Франції, США, Великобританії), визначаються ключові цілі публічної дипломатії в рамках зовнішньополітичного курсу держави. На основі короткого огляду інституалізації цифрової дипломатії України висвітлюються її проблемні питання на початкових етапах розвитку – нерозуміння потенціалу цифрової дипломатії, відсутність системного підходу в забезпеченні відповідного напрямку роботи в зовнішньополітичному відомстві, брак уваги до кадрових та організаційних питань. Актуальність досліджуваної теми зумовлена стрімкою цифровізацією світових процесів під тиском закономірних і форс-мажорних обставин, що підвищує вагомість цифрової дипломатії серед інструментів публічної дипломатії з усім спектром її задач та цілей. Мета статті полягає в з'ясуванні ролі публічної дипломатії в зовнішній політиці держави та розкритті потенціалу цифрової дипломатії. В основу дослідження лягли системний та структурно-функціональний методи, метод контент-аналізу. Було простежено процес інституалізації та розвитку цифрової дипломатії України; доведено вагомість закордонних дипломатичних установ у контексті здійснення успішної політики публічної дипломатії України з урахуванням її сучасних цілей; визначено критерії ефективності цифрової дипломатії в рамках досягнення цілей публічної дипломатії у світлі мінливих зовнішніх обставин; запропоновано проекти заходів публічної дипломатії для реалізації в цифровому форматі з використанням соціальних мереж дипломатичних установ. У статті аргументується застосування креативного підходу й внутрішніх інтелектуальних ресурсів, а також використання щомісячного або щоквартального плану цифрової публічної дипломатії для оптимізації процесу планування заходів.

Ключові слова: аудиторія, комунікації, м'яка сила, планування заходів, публічна дипломатія, соціальні мережі, цифрова дипломатія.

Вступ. Формування образу держави у світі в епоху глобалізації та панування цифрових технологій перестає бути прерогативою політиків, адже число агентів впливу невпинно збільшується за рахунок приватних суб'єктів, зокрема, лідерів думок, інфлюенсерів у соціальних мережах тощо. Однак нові правила політичної гри, що передбачають відкритість та публічність, можна обернути на користь за допомогою продуманої стратегії публічної дипломатії, плоди якої вимірюються не лише позитивним іміджем держави у світі, а й успіхом у просуванні зовнішньополітичних інтересів на міжнародній арені. У світлі форс-мажорних обставин, спричинених коронавірусом, особливої актуальності набувають цифрові технології, підсилюючи вагомість цифрової дипломатії.

Мета та завдання. Метою цієї статті є встановлення ролі публічної дипломатії в зовнішній політиці держави та дослідження можливості комплексного включення цифрової дипломатії в канву публічної дипломатії. Зазначена мета зумовила такі завдання: 1) простежити еволюцію поняття «публічна дипломатія» в українській та світовій дипломатичній практиці, визначити її цілі в контексті зовнішньополітичного курсу держави; 2) з'ясувати роль закордонних дипломатичних установ у здійсненні політики публічної дипло-

мації; 3) визначити роль цифрової дипломатії у складі публічної дипломатії; 4) запропонувати планування низки проектів у рамках публічної дипломатії України для реалізації в цифровому вимірі.

Методи дослідження. В основу дослідження лягли системний та структурно-функціональний методи, а також метод контент-аналізу у процесі розгляду державних документів, що регулюють сферу публічної та цифрової дипломатії.

Результати. Від першої згадки терміна «публічна дипломатія» в лондонській газеті «Таймз» у 1856 р. до його сучасної дефініції як невід'ємного елементу успішної зовнішньої політики держави, що передбачає багатоканальну мережу взаємних комунікацій, пройшло більше 150 років. За цей час концепція публічної дипломатії здійснила еволюційний стрибок, зазнавши суттєвих трансформацій відповідно до запитів різних епох.

Під час Першої світової війни поняття публічної дипломатії увійшло у загальний вжиток, щоправда, у значенні антоніма закритої, таємної, кулуарної дипломатії. Ця кулуарна дипломатія викликала зростаюче невдоволення громадськості, чия думка вже набирала вагу в політичних процесах. У 1965 р. американський кар'єрний дипломат Едмунд Гулліон спрямував розвиток концепції публічної дипломатії в принципово нове

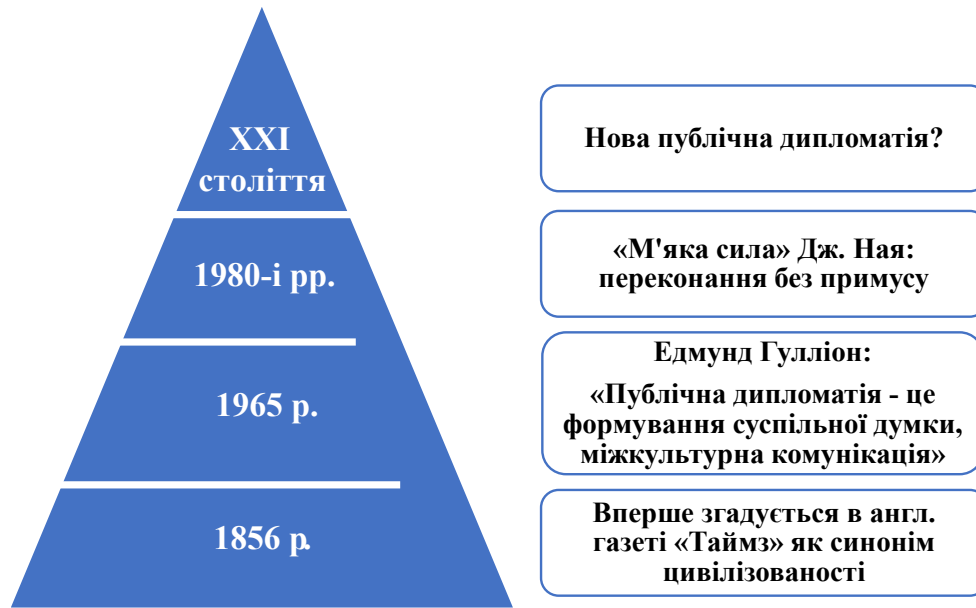


Рис. 1. Еволюція поняття «публічна дипломатія»

русло, зацентрувавши увагу на розбудові мережі комунікаційних платформ на рівні державних і приватних суб'єктів, що включали би взаємообмін інформацією та ідеями [10]. Протягом десятків років інформгентству США (колишньому органу зовнішньополітичної пропаганди) була необхідна альтернатива терміну «інформація» та «пропаганда», що охопила би всі аспекти діяльності відомства, включно з культурною та обмінною функціями. Е. Гулліон надав терміну «публічна дипломатія» нового значення, що дало змогу уникати терміна «пропаганда», який увібрав багато негативних конотацій [1, с. 998].

Втім, під час «холодної війни» публічна дипломатія розглядалась саме як інструмент пропаганди або агресивної інформаційної політики в умовах ідеологічного та політичного протистояння. Багато американських дослідників-практиків, наприклад, К. Лорд (позаштатний викладач у Школі права та дипломатії ім. Флетчера, співробітник Ради національної безпеки США у 1981–1984 рр.), Е. Дейл (директор Центру міжнародних політичних досліджень) пов'язують новий підхід Президента Р. Рейгана щодо місця публічної дипломатії в національній зовнішньополітичній стратегії США з розвалом радянського блоку [11]. На початку XXI ст. публічна дипломатія стала входити в загальну дипломатичну практику, ставши частиною зовнішньополітичного курсу багатьох держав. Нині публічна дипломатія сприймається як дієвий механізм реалізації так званої «м'якої сили» – поняття, введеного в політичний дискурс американським політологом Дж. Наєм. М'яка сила у розумінні Дж. Нає – це мистецтво непримусового переконання [17, с. 53]. Як вплинути на уподобання цільової аудиторії? Як зацікавити її своїми інтересами шляхом корегування сприйняття пев-

них інформаційних повідомлень? Відповіді на ці запитання лежать у царині публічної дипломатії. Вони ж є критерієм ефективності політики м'якої сили, що своєю чергою ускладнює конкретизацію та пошук квінтесенції терміна «публічна дипломатія» в сучасному його розумінні. Так, кожна держава вибудовує власну стратегію, відшукуючи унікальні, характерні тільки для неї символи, які транслюють важливі ідеї та водночас приваблюють іноземну аудиторію. Загальною тенденцією в цій багатоваріантній грі залишається лише те, що одним із ключових «споживачів» публічної дипломатії є громадськість. Адже, якщо традиційна дипломатія – це комунікація на рівні «уряд–уряд», то публічна дипломатія – це комунікація на рівні «уряд–громадськість» [7, с. 37]. Відповідно, підхід до досягнення зовнішньополітичних цілей у кожному випадку має бути індивідуалізованим та спрямованим на активне залучення громадськості до комунікаційних процесів. Важливим також є створення багатосторонніх мереж взаємодії із залученням як державних, так і недержавних акторів. Так звана «нова публічна дипломатія» орієнтована на взаєморозуміння та дотичні до нього принципи взаємодії, розбудови відносин, двосторонньої комунікації або зворотного зв'язку [16, с. 20].

У США публічна дипломатія визначається як спосіб побудови ефективної комунікації та взаєморозуміння з іноземною аудиторією для досягнення зовнішньополітичних цілей та закріплення іміджу найбільш вільної, процвітаючої та щасливої країни у світі [20]. У щорічній доповіді з питань публічної дипломатії та міжнародного мовлення за 2019 рік, підготовленій Управлінням із питань політики, планування та ресурсів Державного департаменту США, зазначаються такі стратегічні цілі: 1) покращення міжвідомчої координації стра-



Рис. 2. Модель побудови успішної публічної дипломатії

тегічних комунікацій та зміцнення ролі публічної дипломатії США в зовнішній політиці держави; 2) створення нових комунікаційних інструментів публічної дипломатії та покращення координації технічних питань; 3) організація опитувань та досліджень суспільної думки; 4) підвищення ефективності заходів публічної дипломатії за кордоном шляхом реалізації ініціатив місцевих найманих співробітників з урахуванням їхньої релевантності для цільової аудиторії [19].

Британська Рада зі стратегії публічної дипломатії визначила у 2003 р. публічну дипломатію як діяльність, спрямовану на формування позитивного сприйняття Великої Британії окремими особами та організаціями за кордоном із метою підтримки зовнішньополітичних цілей британського уряду. Основним засобом досягнення окресленої мети було визнано розбудову мережі відносин та партнерства. Згодом таке трактування було уточнено П. Картером, який визначив публічну дипломатію як інформаційну роботу серед іноземної аудиторії (спрямовану на індивідуумів та організацій), розбудову мережі відносин із метою покращення розуміння Великої Британії та зміцнення її впливу для досягнення середньо- і довгострокових цілей британського уряду [12, с. 12].

Стратегія публічної та, зокрема, культурної дипломатії Франції закріплена в низці документів, наприклад: «Доповідь Президенту Французької Республіки щодо Франції та глобалізації» від 2007 р., «Франція та Європа у світі: програмний документ зовнішньої політики Франції у Європі та світі на 2008–2020 роки» від 2008 р., Закон Франції № 2010-873 від 27.07.2010 р. «Про зовнішньополітичну діяльність». Проаналізувавши зазначені документи, доцільно виділити 4 ключових прин-

ципи культурної дипломатії Франції: 1) підвищення ефективності культурної дипломатії за допомогою державних та недержавних інституцій, приватних акторів; 2) підвищення інтересу до французьких політичних та культурних цінностей; 3) трансформація руху франкофонії у більш ефективний інструмент із метою промоції французької мови та освітніх ініціатив; 4) полегшення інтернет-доступу до інформації про Францію та її позиції щодо важливих політичних і культурних питань [18, с. 142].

У світовому рейтингу «The soft power 30», побудованому на аналізі шістьох показників (уряд, культура, освіта, глобальна взаємодія, підприємництво та цифровізація) і даних міжнародних опитувань, аналізується ефективність та потужність ресурсів «м'якої сили» 61 держави світу в кожному геополітичному регіоні. За якістю політичних інститутів і дипломатії, репутацією освітньої системи, привабливістю економічної моделі й рештою критеріїв Франція двічі отримувала пальму першості – у 2017 та 2019 рр., поступившись першим місцем Великій Британії у 2018 р. [15].

Очевидним є стрімке зростання ролі суспільства серед акторів публічної дипломатії, що свідчить про новий виток її розвитку. Сучасні науковці говорять про так звану «нову публічну дипломатію» – тобто стимулювання взаємодії між двома суспільствами двох різних держав для досягнення зовнішньополітичних цілей суб'єкта/провідника публічної дипломатії. Українська дослідниця О. Опанасюк зазначає, що нині «під новою публічною дипломатією розуміють вже не односторонню дію держави із власного позиціонування, а діалог сторін, що базується на гуманітарному та інформаційному співробітництві з використанням найновіших комунікаційних технологій» [5, с. 239].

Серед «семи стовпів» публічної дипломатії, окреслених американським фахівцем К. Россом, наскрізним мотивом є підтримка діалогу, пошук і створення сфер взаємних інтересів, співпраця в союзах та об'єднаннях. Корейський науковець Х. Кім, проаналізувавши сучасну практику держав світу в області публічної дипломатії та припустивши, що її головною метою є «завоювання» умів та сердець іноземної аудиторії, виокремив 6 рис, характерних для нової публічної дипломатії: 1) цілеспрямоване нарощування потенціалу «м'якої сили»; 2) підвищення міжнародного авторитету; 3) розвиток двосторонньої симетричної комунікації; 4) прагнення до співробітництва задля досягнення спільних цілей; 5) залучення недержавних акторів та широкого кола зацікавлених сторін; 6) створення сприятливого дипломатичного середовища в міжнародній політиці [14, с. 301–302].

Досвід світових лідерів у застосуванні «м'якої сили» свідчить про те, що успіх публічної дипломатії залежить від послідовного виконання певних кроків. Так, українська дослідниця О. Тищенко-Тишкова зазначає, що ідеальна модель публічної дипломатії держави передбачає «завдання не лише щодо досягнення позитивного сприйняття країни закордонною громадськістю та розбудови діалогу з нею, але й щодо трансляції політичної культури, ціннісних орієнтацій аж до забезпечення зміни політичної культури об'єкта комунікації відповідно до зовнішньополітичних цілей суб'єкта» [8, с. 4]. Схематично це можна зобразити так (рис. 2).

О. Тищенко-Тишкова під новою публічною дипломатією розуміє ефективний інструмент зовнішньополітичної комунікації, розрахований на довготривалу перспективу. Двосторонній діалог розвивається завдяки встановленню відносин довіри між суб'єктом і об'єктом комунікації, розширеним можливостям для двосторонньої передачі політичної культури акторів міжнародних відносин. Варто зазначити, що такі опції відсутні як у практиці пропаганди, так і у практиці державного брендингу. З цією позицією корелює визначення, запропоноване В. Ціватим, який розглядає публічну дипломатію як інструмент довгострокової дії, що створює сприятливий клімат для зовнішньої політики та дипломатії загалом шляхом залучення масової аудиторії – зарубіжної громадськості, журналістів, лідерів думок. В. Ціватий наголошує на тому, що громадська думка цілком може впливати на зовнішню політику національних держав [9, с. 35]. М. Процюк доходить висновку, що публічна дипломатія – це формування громадської думки однією державою в іншій, що здійснюється завдяки державним програмам, засобам масової інформації, діяльності громадських організацій і діаспорних об'єднань, із метою підтримання позитивного іміджу своєї країни [7].

Так, в українській науковій думці простежується

бачення публічної дипломатії як дво- чи багатостороннього процесу, що передбачає зворотний зв'язок. Публічна дипломатія цілком може претендувати на звання нового синкретичного методу у сфері зовнішньої політики держави, що охоплює цілу «екосистему» акторів: політиків, культурних, спортивних, освітніх і наукових діячів, ЗМІ, неурядові організації, користувачів соціальних мереж тощо. Інакше кажучи, публічна дипломатія – це маятник Ньютона, де взаємовплив різних сил викликає певний результат.

Отже, публічна дипломатія як елемент «м'якої сили» посідає важливе місце в зовнішньополітичній стратегії багатьох держав. Ефект «непримусового переконання» дозволяє досягти широкого спектру цілей: зміцнити імідж країни, відстояти національні інтереси, популяризувати різносторонній потенціал у сферах науки, технологій, мистецтва, освіти тощо. У цьому контексті цифрова дипломатія виступає потужним інструментом реалізації чималої кількості окреслених цілей, а соціальні мережі як один з основних її засобів зарекомендували себе як безпрецедентно ефективний механізм у цьому стрімко мінливому світі.

Важко спростувати той факт, що соціальні мережі є важливою інформаційною нішею, завдяки якій вплив на суспільну думку стає прерогативою журналістів, публічних осіб та блогерів. Завдяки глобальній мережі Інтернет соціальні мережі екстраполювались на всю комунікативну спільноту світу. Якщо в роки «холодної війни» лише держави могли дозволити собі масову міжнародну комунікацію (через газети, радіомовлення, неурядові організації), то нині висвітлення подій у режимі реального часу – це загальнодоступна опція для більшості людей. Тому чисельність залучених акторів до процесу створення новин перерозподіляє і сили впливу. З-поміж основних чинників популярності соціальних мереж можна виділити такі: 1) привабливий канал надшвидкої комунікації, що апелює до емоційної сфери та емпатії; 2) змога взаємодіяти з ким завгодно та отримати зворотний зв'язок, оцінити реакцію на трансльований меседж; 3) немає потреби в застосуванні надмірних фінансових ресурсів; 4) рекордна аудиторія (з 7,75 млрд людей у світі 4,54 млрд користуються інтернетом, з яких 3,8 млрд є активними користувачами соціальних мереж).

Дипломатія побудована, перш за все, на традиціях та усталених правилах, тому соціальні мережі як новий інструмент роботи (як і решта нових винаходів) спочатку викликали скептицизм та відторгнення в дипломатів «старої школи». Водночас поступове прийняття нових форм цифрової комунікації, зрештою, призвело до їх інтеграції в поточну роботу дипломата. Звісно, технічні винаходи навряд чи можуть створити нові функції в царині дипломатії, але вони можуть значно

вплинути на шляхи реалізації основних завдань. Так, адаптування новітніх технологій під споконвічні задачі та функції дипломатії внесло штрихи в її образ: зросла відкритість та прозорість дипломатичного дискурсу, розвіялись сутінки навколо роботи дипломата, який перетворився певною мірою на «твіпломата».

Дипломатичні служби багатьох країн використовують інтернет-майданчики для безпосереднього спілкування із зацікавленою аудиторією країни перебування, донесення важливої інформації до якомога більшої кількості іноземців, проведення соціальних опитувань тощо. Соціальні мережі зарекомендували себе як ефективний інструмент «м'якої сили», що долає бюрократичні бар'єри та спрощує комунікацію офіційного адресанта з колом своїх підписників.

Складається враження, що цифрова дипломатія органічно вбудовується у структуру традиційної дипломатії. Оскільки для пересічної людини стало звичним підвищувати креативність, швидкість й ефективність своєї діяльності завдяки цифровим технологіям, дипломати також взяли їх на озброєння. Дискусії щодо доцільності експансії дипломатії в цифровий формат швидко змінили ракурс із «чи варто» на «як швидко». Вже опрацьовуються можливості впровадження технологій «big data» та чат-ботів у роботі консулів та дипломатів, особливо під час підготовки до комплексних багаторівневих переговорів або з метою налагодження комунікацій у кризових ситуаціях. Покращення методів обробки великих масивів даних та їх інтерпретації матиме велике значення для технологій швидкої точкової протидії дезінформації, спрямованої проти країни [13, с. 50].

Нині в багатьох міністерствах закордонних справ пропонують курси медіаграмотності та ведення соціальних мереж. Вочевидь, у багатьох сферах людської діяльності настає цифрова ера, навіть у неповороткій системі державних органів незабаром з'явиться попит на обдаровану в технологічному плані молодь. У таких умовах викликом стане диверсифікація засобів застосування цифрової дипломатії.

Можливості цифрової дипломатії в роботі зовнішньополітичного відомства України до 2014 р. незаслужено залишались непоміченими. Справедливим буде згадати про поодинокі випадки реєстрації українських публічних осіб чи навіть установ у соціальних мережах, які є основним інструментом цифрової дипломатії, проте нерідко активність акаунтів завмирала від самого початку. Якщо ж деякі соціальні мережі і велися систематично, навряд чи можна навести приклад налагодження двосторонньої комунікації, зворотного зв'язку з аудиторією за допомогою офіційних комунікаційних майданчиків у мережі. Скоріш за все, соціальні мережі сприймалися тоді як незрозумілий

модний тренд, а рефлексія на відгуки підписників і залучення аудиторії – своєрідний філософський камінь для алхіміків цифрової дипломатії – взагалі не розглядались як окремий напрям роботи. Тривалий час через соціальні мережі МЗС України транслиувались виключно результати поточної роботи – перебіг зустрічей, «порожні» й приправлені канцеляризмами заяви, накази тощо. До того ж сторінки в соціальних мережах велись переважно українською мовою, що відсікало доступ іноземців до публікованої інформації.

Одним із перших реформаторів цифрової дипломатії України вітчизняні фахівці (зокрема, Л. Літра, Ю. Кононенко) називають колишнього міністра закордонних справ України К. Грищенка, який увів поняття соціальних мереж в український дипломатичний дискурс та продемонстрував ефективність Твіттера у роботі дипломата [4, с. 2]. Втім, спроби змінити статус-кво української цифрової дипломатії «згори» не мали великого успіху, тому що якісний стрибок зумовлюється сукупністю певних факторів. Перш за все, це команда кваліфікованих співробітників, які генерують загальний курс розвитку цифрової дипломатії. По-друге, долучення широкого кола дипломатів до ініціатив згаданої команди, що виступає в ролі мозкового центру. Зрештою, потрібна іскра – такий збіг обставин, за яких попередні два фактори набувають актуальності.

У випадку з цифровою дипломатією України, потужним поштовхом для її розвитку стала необхідність відповідати на інформаційні атаки Російської Федерації, яка розгорнула у кіберпросторі масштабну кампанію з легітимізації або приховування своїх злочинних дій у реальному світі, де існують недоторканні кордони суверенних держав. Серед науковців досі точаться суперечки щодо взаємозв'язку пропаганди так само, як і контрпропаганди, з цифровою дипломатією, але саме фактор зовнішньої військової агресії дав імпульс для експансії дипломатії України ще й у цифрову площину. Згодом потенціал цифрової дипломатії став використовуватись і для просування позитивної риторики щодо України, будучи ефективним інструментом розбудови іміджу України на міжнародній арені, посилення інформаційної присутності України в медійному полі закордонних аудиторій тощо.

За нетривалий період свого стрімкого розвитку цифрова дипломатія України пройшла кілька важливих етапів. Почати варто з включення поняття цифрової дипломатії України в державні документи, наприклад, 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 [3]. Не менш важливим кроком стало запровадження концепції цифрової дипломатії в роботу МЗС України, що

зумовило подальшу інституціоналізацію її практики. У 2015–2016 рр. за участі новоствореного Управління публічної дипломатії (у 2020 р. реформатованого в Департамент публічної дипломатії) було завершено ребрендинг соціальних мереж Міністерства, реєстрацію усіх посольств України в соціальних мережах. Створення спеціалізованого структурного підрозділу, до сфери компетенції якого входили питання цифрової дипломатії, стало черговим кроком у реформуванні МЗС задля створення в Україні професійної дипломатичної служби за найкращими світовими зразками [2]. Систематична командна робота над посиленням присутності України в міжнародному інформаційному просторі та активність МЗС і дипломатичних установ України в соціальних мережах дали змогу провести низку потужних інформаційних онлайн-кампаній (#RussiaInvadedUkraine, #StopFake, #LetMyPeopleGo, #CrimealsUkraine тощо), що привернули увагу спільноти та значно розширили аудиторію підписників сторінки МЗС України у Твітері. Управлінням публічної дипломатії було також започатковано практику синхронних онлайн-кампаній у соціальних мережах українських посольств тривалістю від кількох тижнів до місяця (або довше). Такі уніфіковані кампанії передбачають одночасне розміщення на сторінках Посольств у Твітер та Фейсбук матеріалів, підготовлених МЗС для донесення ключових меседжів до іноземних аудиторій щодо збройної агресії РФ, боротьби України за власну незалежність, туристичний, науковий, інвестиційний потенціал тощо. Загалом українська дипломатія соціальних мереж із 2014 р. зазнала істотних трансформацій, перетворившись на потужний інструмент протидії російській пропаганді та поширення об'єктивної інформації про Україну. І хоча нині сформувати «правильне» сприйняття доволі важко, оскільки офіційні позиції та «прісні» заяви почали губитись серед альтернативного інформаційного потоку в соціальних мережах і відеохостингах, цифрова дипломатія України зробила квантовий стрибок у бік освоєння потужного інструментарію соціальних мереж. Аналіз активності облікового запису МЗС України у Твітері за 2013–2018 рр. демонструє, що за ці 5 років кількість твітів з офіційної сторінки МЗС зросла в 50 разів (з 1047 до 50 987), при чому пік зростання припадає на 2014 р. Пропорційно щодо динаміки твітів зростала і кількість фоловерів сторінки (з 760 у 2013 р. до 82 621 у 2018 р.).

Загострення епідеміологічної ситуації у світі у зв'язку з поширенням коронавірусу значно актуалізувало потенціал цифрової дипломатії. Вперше в історії світової дипломатичної практики віртуальні платформи стали чи не єдиним місцем для зустрічі дипломатів, політиків і державних діячів, перетворюючи інструментарій цифрової дипломатії з допоміжного на ключовий у питан-

нях міжнародної взаємодії. Так, в Україні та світі політичні події найвищого рівня вже переходять в онлайн. У квітні 2020 р. Україна почала головування у Форумі безпекового співробітництва ОБСЄ в онлайн-режимі; відбулися перші віртуальні візити Прем'єр-міністра та Міністра закордонних справ України до Німеччини в режимі відеоконференцій. Як зазначає заступник директора Дипломатичної академії України ім. Геннадія Удовенка Є. Габер, «пандемія продемонструвала, що за бажання значну частину міжнародних відносин можна легко перевести в «цифровий» формат» [6].

Публічна й культурна дипломатія теж переходить у світ соціальних мереж та онлайн-майданчиків. Про цифровізацію культурної дипломатії свідчить зростаюча популярність віртуальних подорожей музеями світу, домашніх концертів у прямому ефірі та тематичних «зустрічей» у мережі на різних рівнях. Так, цифрова культурна дипломатія слугує прекрасним засобом для просування різних іміджевих ініціатив на рівні країни – від посилення присутності в міжнародному інформаційному полі до популяризації національних культурних продуктів на світовій арені. У цьому контексті варто зазначити, що медіаактивність посольства істотно впливає на сприйняття держави громадянами, політичними і діловими колами країни перебування. Соціальні мережі закордонних дипломатичних установ країни відіграють важливу роль у реалізації окреслених іміджевих ініціатив, адже вони вже акумулювали навколо себе певну аудиторію і потребують лише якісного контенту.

Суттєвою перевагою проектів у цифровій сфері є низький рівень фінансових затрат на їх організацію та проведення. У разі потреби реалізацію такого проекту можна забезпечити шляхом використання внутрішніх інтелектуальних і творчих ресурсів. Щодо організаційної підготовки, алгоритм планування віртуального заходу майже не відрізняється від його «звичайного» аналогу. Перш за все необхідно промоніторити діяльність ключових генераторів ініціатив у сфері публічної дипломатії та укласти список цікавих ідей, тоді як аналіз специфіки країни перебування й наявних ресурсів дасть змогу адаптувати чи відредагувати відібрані ідеї так, щоб їх реалізація стала можливою. Під час такого брейн-шторму важливо врахувати всі особисті компетенції, що можуть стати у нагоді в процесі планування заходів: знання мови, професійні інтереси, творчий досвід тощо. У процесі прийняття рішення щодо доречності того чи іншого заходу варто також співвідносити фактори результативності та складності реалізації. Так, немає сенсу витратити ресурси на завідомо неефективний проект або братися за планування заходу з низькою результативністю при високому рівні організаційної складності. В умовах обмеженого та бюрократизованого фінансування, кадрової

і ресурсної нестачі особливо важливо забезпечити креативний підхід до вирішення поставлених задач, а також дати чіткі відповіді на три основних запитання: 1) якою є цільова аудиторія; 2) які очікувані результати від реалізації заходу; 3) чи можна долучити партнерів чи волонтерів до реалізації.

Культура, освіта і спорт видаються найбільш перспективними напрямками в контексті зміцнення позицій у медіапросторі країни перебування та просування культурного потенціалу своєї країни. Мова цих видів людської діяльності універсальна та загальнозрозуміла, а тому слугує ідеальним фундаментом для пошуку спільних точок дотику й розбудови діалогу.

На нашу думку, доцільно запропонувати такі проекти у сфері цифрової публічної дипломатії, які можуть бути ініційовані українською стороною. Високу результативність та середню складність виконання можуть мати: 1) онлайн-конкурс на найкращий вірш, малюнок (чи долучення до міжнародного проекту, наприклад, в освітній сфері) тощо; 2) публікація в соціальних мережах Посольства відеопривітання українського співака/музиканта з виконанням популярної у країні перебування пісні/мелодії (відповідно до нагоди); 3) телеміст або відеоконференція між школярами/студентами освітніх закладів двох країн; 4) онлайн майстер-клас або відеотренування від українських спортсменів для підтримання фізичної форми та ін.

Середня результативність із низькою або середньою складністю виконання може бути досягнута шляхом реалізації: 1) інтелектуального брейн-рингу в соціальних мережах Посольства; 2) інформаційної кампанії щодо конкретної нагоди; 3) читання української поезії мовою країни перебування в ефірі однієї з місцевих радіостанцій (за наявності готового перекладу) тощо. Такий результат може принести також публікація в соціальних мережах Посольства аудіо-подкасту з українським перекладом літературного твору одного з письменників країни перебування, проте цей проект є складнішим у виконанні порівняно з попередніми.

Запропоновані вище проекти доцільно заздалегідь розміщувати у щомісячному або щоквартальному плані цифрової публічної дипломатії. Це дасть змогу оптимізувати їх організаційну підготовку та підібрати відповідні міжнародні або національні свята чи знаменні дати, до яких можна приурочити згадані проекти.

Отже, протягом понад 150-річної історії існування термін «публічна дипломатія» змінював конотацію відповідно до обставин різних епох. Запит на відкритість, пропаганда, м'яка сила – саме з цими поняттями асоціювалася публічна дипломатія у різні часи. На сучасному етапі публічна дипломатія сприймається переважно як дво- чи багатосторонній процес, що передбачає зворотний зв'язок. Однією з ключових цілей публічної дипло-

матії є розбудова розгалуженої комунікаційної мережі, що створювала би сприятливе підґрунтя для зовнішньої політики та дипломатії загалом.

Ключовим результатом є визначення зростаючої ролі цифрової дипломатії як інструменту публічної дипломатії. Конкурентні переваги цифрової дипломатії в еру глобальної цифровізації дають змогу перевести значну кількість проєктів публічної дипломатії у віртуальний вимір. При цьому ефективність проєктів може навіть зрости, адже аудиторія і масштаб покриття в мережі в рази більші, ніж у реальному житті, а організаційна вартість значно менша.

Запропоновані у статті проєкти цифрової публічної дипломатії України спрямовані на досягнення комплексних зовнішньополітичних цілей – зміцнення позицій України в міжнародному інформаційному полі, а також просування її різностороннього потенціалу за кордоном. Три основні вектори плану – культура, освіта і спорт – видаються найбільш перспективними напрямками в контексті реалізації поставлених цілей. За кожним із зазначених векторів наведені проєкти заходів у цифровому форматі, побудовані на принципах креативності, залучення внутрішнього інтелектуального та творчого ресурсів.

Висновки. У результаті аналізу основних віх історії світової та української публічної дипломатії було з'ясовано, що на сучасному етапі її розвитку першочерговою задачею багатьох держав є налагодження тривалого двостороннього діалогу з цільовою аудиторією із залученням якомога більшої кількості державних та приватних акторів. Обґрунтовано, що розбудова взаємодовіри та зміна політичної поведінки об'єкта комунікації як вищі цілі нової публічної дипломатії актуалізують роль закордонних дипломатичних установ. Посольства – це медіатори між національною та закордонною аудиторією, оскільки саме за посередництвом дипломатів як агентів розуміння налагоджуються та підтримуються зв'язки з місцевою громадськістю, створюється імідж та формується підґрунтя для просування національних інтересів.

Під тиском зовнішніх обставин (безпрецедентне зростання впливу соціальних мереж на світові процеси, обмеження фізичних пересувань у зв'язку із загостренням епідеміологічної ситуації у світі) цифрова дипломатія перетворюється на потужний інструмент реалізації значної кількості цілей публічної дипломатії. Вперше в історії традиційної дипломатії цифрові технології стали відігравати основну, а не допоміжну роль. Обґрунтовано, що органічне вписування інструментарію цифрової дипломатії у площину публічної дипломатії відбулося завдяки таким унікальним перевагам: порівняно низький бюджет, доступ до великої аудиторії, можливість швидкої двосторонньої комунікації та зворотного зв'язку. З'ясовано, що медіатизація

публічної, зокрема, культурної дипломатії сприяє залученню ширшого кола акторів до реалізації поставлених цілей. Водночас здійснення успішної цифрової дипломатії потребує захисту даних та безпеки в мережі, що може стати предметом подальших наукових студій.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Балабанов К., Трофименко М. Публічна дипломатія як відповідь на виклики сучасності. *Україна дипломатична*. 2013. Вип. 14. С. 989–1021.
2. В МЗС створено новий напрям роботи – публічна дипломатія. *МЗС України* : вебсайт. URL: <https://mfa.gov.ua/news/43433-v-mzs-stvoreno-novij-napryam-robotipublichna-diplomatija> (дата звернення: 17.05.2020).
3. Доктрина інформаційної безпеки України / Затверджено Указом Президента України від 25.02.2017 року № 47/2017. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/472017-21374> (дата звернення: 17.05.2020).
4. Літра Л., Кононенко Ю. Твітер-дипломатія: як новітні технології можуть посилити міжнародні позиції України? *Institute of world policy*. 2013. № 1. С. 1–12.
5. Опанасюк О.І. Особливості сучасної публічної дипломатії. *Гілея: науковий вісник*. 2017. Вип. 117. С. 238–243.
6. Поствірусна дипломатія: як сучасні технології та карантин змінюють міжнародні відносини. *Європейська правда* : вебсайт. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/articles/2020/04/23/7109048/> (дата звернення: 17.05.2020).
7. Процюк М.В. Роль публічної дипломатії у сучасних українсько-польських відносинах : дис. ... канд. політ. наук : 23.00.04 / Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича. Чернівці, 2017. 225 с.
8. Тищенко-Тышковець О.М. Публічна дипломатія у системі зовнішньої політики : автореф. дис. ... канд. політ. наук : 23.00.03. Київ, 2011. 20 с.
9. Ціватий В. Публічна дипломатія: традиції, тренди та виклики (досвід і пріоритети для України). *UA Foreign Affairs*. 2014. Вип. 6. С. 32–36.
10. Cull J.N. Public diplomacy before Gullion: the evolution of a phrase. *USC Center on Public Diplomacy*. URL: <https://www.uscpublicdiplomacy.org/blog/public-diplomacy-gullion-evolution-phrase> (04.04.2020).
11. Dale H., Lord C. Public diplomacy and the Cold War: lessons learned. *The heritage foundation*. URL: <https://www.heritage.org/defense/report/public-diplomacy-and-the-cold-war-lessons-learned> (04.04.2020).
12. Great Britain Foreign Affairs Committee. Third report from the Foreign Affairs Committee session 2005-06: Public diplomacy, London : The Stationery Office Limited, 2006, p. 12.
13. Hocking B., Melissen J. Diplomacy in the Digital Age. *Netherlands Institute of International Relations Clingendael*. 2015. 58 p.
14. Kim H. Bridging the theoretical gap between public diplomacy and cultural diplomacy. *The Korean Journal of International Studies*. 2017. Vol. 15-2. P. 294–326.
15. Mcclory J. The Soft Power 30 index. *USC Center on public diplomacy*. URL: <https://softpower30.com> (13.04.2020).

16. Melissen J. The new public diplomacy: soft power in international relations. New York : Palgrave Macmillan, 2005. 246 p.

17. Nye J. S. Soft power: the means to success in world politics. New York : Public Affairs, 2004. 191 p.

18. Pranaityte G. The role of governmental institutions in the context of French cultural diplomacy. *Kaunas: Politikos mokslų almanachas*. 2014. Vol. 15. P. 137–172.

19. United States Advisory Commission on Public Diplomacy. Comprehensive annual report on public diplomacy and international broadcasting 2019. URL: <https://www.state.gov/wp-content/uploads/2020/01/2019-ACPD-Annual-Report.pdf> (13.04.2020).

20. Wallin M. A new American message: executive summary. *American security project*. URL: <https://www.americansecurityproject.org/a-new-american-message/> (04.04.2020).

REFERENCES:

1. Balabanov K., Trofimenko M. (2013) Publichna dyplomatiya yak vidpovid na vyklyky suchasnosti [Public diplomacy as a response to modern challenges]. *Diplomatic Ukraine*. Vol. 14. P. 989–1021 [in Ukrainian].
2. V MZS stvoreno novyi napryam roboty – publichna dyplomatiya. *MZS Ukrainy*. URL: <https://mfa.gov.ua/news/43433-v-mzs-stvoreno-novij-napryam-robotipublichna-diplomatija> (17.05.2020) [in Ukrainian].
3. Doctryna informatsiynoi bezpeky Ukrainy [Doctrine of information security of Ukraine]. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/472017-21374> (17.05.2020) [in Ukrainian].
4. Litra L., Kononenko Yu. (2013) Tviter-dyplomatiya: yak novitni tekhnolohii mozhut posylyty mizhnarodni pozytsii Ukrainy? [Twitter diplomacy: how new technologies could enhance the position of Ukraine on the international arena?] *Institute of world policy*. Vol. 1. P. 1–12 [in Ukrainian].
5. Opanasiuk O. (2017) Osoblyvosti suchasnoi publichnoi dyplomatii [Features of modern public diplomacy]. *Gileya: Naukovyi visnyk*. Vol. 117. P. 238–243 [in Ukrainian].
6. Postvirusna dyplomatiya: yak suchasni tekhnolohii ta karantyn zminuyut mizhnarodni vidnosyny [Post-virus diplomacy: how new technologies and quarantine change the international relations]. *Yevropeyska Pravda*. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/articles/2020/04/23/7109048/> (17.05.2020) [in Ukrainian].
7. Protsiuk M. (2017) Rol publichnoi dyplomatii u suchasnykh ukrainsko-polskikh vidnosynakh [The role of public diplomacy in modern relations between Ukraine and Poland]. PhD thesis: Chernivtsi, 2017. 225 p. [in Ukrainian].
8. Tyshchenko-Tyshkovets O. (2011) Publichna dyplomatiya u systemi zovnishnoi polityky [Public diplomacy in the foreign affairs policy]. 20 p. [in Ukrainian].
9. Tsviatyi V. (2014) Publichna dyplomatiya: tradytsii, trendy ta vyklyky (dosvid i prioriteti dlya Ukrainy) [Public diplomacy: traditions, trends and challenges (Ukraine's experience and priorities)]. Kyiv: UA Foreign Affairs. Vol. 6. P. 32–36. [in Ukrainian].
10. Cull J.N. Public diplomacy before Gullion: the evolution of a phrase. *USC Center on Public Diplomacy*. URL: <https://www.uscpublicdiplomacy.org/blog/public-diplomacy-gullion-evolution-phrase> (04.04.2020).

11. Dale H., Lord C. Public diplomacy and the Cold War: lessons learned. *The heritage foundation*. URL: <https://www.heritage.org/defense/report/public-diplomacy-and-the-cold-war-lessons-learned> (04.04.2020).

12. Great Britain Foreign Affairs Committee. Third report from the Foreign Affairs Committee session 2005-06: Public diplomacy, London: The Stationery Office Limited, 2006, p. 12.

13. Hocking B., Melissen J. Diplomacy in the Digital Age. *Netherlands Institute of International Relations Clingendael*. 2015. 58 p.

14. Kim H. Bridging the theoretical gap between public diplomacy and cultural diplomacy. *The Korean Journal of International Studies*. 2017. Vol. 15-2. P. 294–326.

15. Mcclory J. The Soft Power 30 index. *USC Center on public diplomacy*. URL: <https://softpower30.com> (13.04.2020).

16. Melissen J. The new public diplomacy: soft power in international relations. New York: Palgrave Macmillan, 2005. 246 p.

17. Nye J. S. Soft power: the means to success in world politics. New York: Public Affairs, 2004. 191 p.

18. Pranaityte G. The role of governmental institutions in the context of French cultural diplomacy. *Kaunas: Politikos mokslų almanachas*. 2014. Vol. 15. P. 137–172.

19. United States Advisory Commission on Public Diplomacy. Comprehensive annual report on public diplomacy and international broadcasting 2019. URL: <https://www.state.gov/wp-content/uploads/2020/01/2019-ACPD-Annual-Report.pdf> (13.04.2020).

20. Wallin M. A new American message: executive summary. *American security project*. URL: <https://www.americansecurityproject.org/a-new-american-message/> (04.04.2020).

Digital diplomacy of Ukraine as an element of new public diplomacy

Seheda Olha Olehivna

Master of Arts in Oriental Philology,
Third Secretary
of the Embassy of Ukraine in Kuwait
Kuwait, Surra, block 5, str. 1, building 37

The article provides an overview of the «public diplomacy» concept and its current interpretations in the World's and Ukrainian diplomatic practice. One of the major issues addressed in the article is deployment of the potential of Ukraine's public diplomacy in the digital format. Given a modern understanding of the term "public diplomacy" in the diplomatic practice of the countries with the longest history of public diplomacy (i.e. France, USA, UK), the article discusses key objectives of public diplomacy within the foreign policy course. A brief history of the institutionalization of Ukraine's digital diplomacy reveals its weak sides: lack of understanding of the digital diplomacy's potential, insufficient attention to the digital diplomacy strategy in the Foreign Ministry's agenda, unsolved personnel and organizational issues.

Significance of this research is related to the rapid digitalization of the world processes and increasing the importance of digital diplomacy within the toolkit of public diplomacy.

The purpose of the article is to clarify the role of public diplomacy in the state foreign policy and to highlight the potential of digital diplomacy. The study is held basing on the systematic, structural and functional methods as well as the method of content analysis.

The research made it possible to trace the process of institutionalization and development of digital diplomacy of Ukraine and to determine the role of its' foreign diplomatic missions in the implementation of a successful public diplomacy. The major outcome of this research constitutes a proposal of public diplomacy projects to be held in the digital format, using the social networks of diplomatic missions abroad. The implemented study also confirms that the digital diplomacy in terms of public diplomacy projects has a significantly high effectiveness.

It has been proven that the activation of a creative approach and internal intellectual resources as well as the elaboration of a monthly or a quarterly digital plans of public diplomacy is very helpful in order to optimize the event planning process.

Key words: audience, communications, soft power, event planning, public diplomacy, social media, digital diplomacy.