

Національний університет «Києво-Могилянська академія»

Факультет правничих наук

Києво-Могилянська школа врядування імені Андрія Мелешевича

ЦИФРОВА ДИПЛОМАТІЯ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ПУБЛІЧНОЇ
ПОЛІТИКИ ДЛЯ РОЗБУДОВИ ІМІДЖУ УКРАЇНИ У СВІТІ

DIGITAL DIPLOMACY AS AN EFFECTIVE INSTRUMENT OF PUBLIC POLICY
FOR SHAPING UKRAINE`S INTERNATIONAL IMAGE

Кваліфікаційна робота

Виконала здобувачка освітньої
програми «Суспільне і приватне врядування»

Підпис

М. С. Решко

Науковий керівник: доктор наук з державного
управління, професор Києво-Могилянської
школи врядування імені Андрія Мелешевича

Підпис

Н.А. Малиш

Рекомендована оцінка

АНОТАЦІЯ

Решко М.С. Цифрова дипломатія як інструмент публічної політики для розбудови іміджу України в світі.

Кваліфікаційна робота студентки четвертого року навчання. Освітня програма «Суспільне і приватне врядування» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 281 «Публічне управління та адміністрування», НаУКМА, Київ, 2025.

Науковий керівник – Малиш Н.А., доктор наук з державного управління, професор, професор Києво-Могилянської школи врядування імені Андрія Мелешевича.

У кваліфікаційній роботі розглянуто цифрову дипломатію як інструмент сучасної публічної політики у контексті формування позитивного іміджу України у світі. Проаналізовано теоретичні засади цифрової дипломатії та її зв'язок із публічною дипломатією і національним брендингом. Досліджено чинну нормативно-правову базу України щодо зовнішньополітичної комунікації, зокрема документи МЗС, та виявлено її недосконалість у сфері цифрової дипломатії. Розглянуто успішні кейси застосування цифрових інструментів та ініціативи від МЗС. Проведено SWOT аналіз з урахуванням слабких та сильних сторін, можливостей та загроз. Обґрунтовано напрями вдосконалення цифрової дипломатії як частини післявоєнної стратегії України задля посилення міжнародного авторитету, просування цінностей держави та забезпечення глобальної підтримки.

Ключові слова: цифрова дипломатія, публічна дипломатія, імідж держави, національний бренд, соціальні мережі.

Список публікацій здобувача

1. Решко М. С. Особливості соціального забезпечення біженців у державах Європи (на прикладі ФРН). Суспільна політика, врядування й комунікації в Україні : зб. Наук. праць студентів, аспірантів і молодих учених / наук. ред. Н. А. Малиш, Г. Л. Рябцев. Київ : НаУКМА, 2023. - С. 73-74. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/items/11706e17-81a9-42fd-a6c2-f9c666e29f70>

ДЕКЛАРАЦІЯ АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

Я, Решко Марія Стефанівна, студентка четвертого року навчання за освітньою програмою «Суспільне і приватне врядування» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 281 «Публічне управління та адміністрування», адреса електронної пошти: mariaa.reshko@ukma.edu.ua, засвідчую, що:

- написана мною кваліфікаційна робота «Цифрова дипломатія як інструмент публічної політики для розбудови іміджу України в світі»

- відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, передбачених пунктами 3.1.1-3.1.6 Положення про академічну доброчесність здобувачів НаУКМА від 07 березня 2018 року, зі змістом якого я ознайомена;

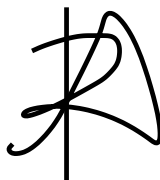
- надана мною електронна версія роботи є остаточною і готовою до перевірки.

Я даю згоду:

- на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності в будь-який спосіб, у тому числі порівняння її змісту та формування звіту подібності за допомогою електронних систем StrikePlagiarism та/чи Unicheck.

- на архівування моєї роботи в репозитарії й базах даних НаУКМА для порівняння цієї та майбутніх робіт.

14.05.2025



Решко М.С.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЦИФРОВОЇ ДИПЛОМАТІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ПУБЛІЧНОЇ ПОЛІТИКИ.....	6
1.1 Сутність і роль цифрової дипломатії у світі.....	6
1.2 Цифрова дипломатія як інструмент публічної політики для формування національного іміджу країни. Світовий досвід.	12
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПОТОЧНОГО СТАНУ РЕАЛІЗАЦІЇ ПУБЛІЧНОЇ ПОЛІТИКИ ЧЕРЕЗ ІНСТРУМЕНТ ЦИФРОВОЇ ДИПЛОМАТІЇ В УКРАЇНІ	17
2.1. Нормативно-правова база та поточний стан реалізації публічної політики в Україні із застосуванням інструменту цифрової демократії.....	17
2.2. Аналіз кейсів реалізації публічної політики в Україні за допомогою інструменту цифрової дипломатії	24
Висновки до розділу 2	28
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОЇ ДИПЛОМАТІЇ В УКРАЇНІ	29
3.1. Виклики та перспективи реалізації публічної для розбудови іміджу України в світі за допомогою інструменту цифрової дипломатії з використанням SWOT аналізу	29
3.2. Рекомендації щодо формування та реалізації публічної політики для розбудови іміджу України в світі за допомогою інструменту цифрової дипломатії	33
Висновки до розділу 3	37
ВИСНОВКИ	38
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	40

ВСТУП

Актуальність роботи. Цифрові технології відкривають нові можливості доступу до інформації. У XXI столітті відбулася небачена зміна способів та методів здійснення комунікації, і втому числі міждержавної. Цифрова дипломатія стала невід'ємним елементом зовнішньої політики, а також інструментом формування іміджу країн. Для України цей вимір публічної дипломатії став вирішальним у залученні міжнародною підтримкою з початком повномасштабного вторгнення 2022 року. Наразі, цифрова дипломатія створює нові можливості для впливу на міжнародну аудиторію та зміцнення авторитетності держави у світі.

Мета роботи. Визначити роль цифрової дипломатії як інструменту публічної політики для розбудови іміджу України в світі.

Завдання відповідно до встановленої мети:

- окреслити основні дефініції цифрової дипломатії та визначити її сутність і роль у світі;
- проаналізувати нормативно-правову базу щодо реалізації публічної політики через інструмент цифрової дипломатії;
- дослідити поточний стан та ключові засади реалізації публічної політики через інструмент цифрової дипломатії в Україні;
- оцінити виклики та перспективи реалізації публічної політики для розбудови іміджу України в світі за допомогою інструменту цифрової дипломатії з використанням SWOT аналізу;
- вироблення практичних рекомендацій щодо посилення та вдосконалення цифрової дипломатії для іміджу України.

Об'єкт дослідження: публічна політика.

Предмет дослідження: цифрова дипломатія як інструмент публічної політики для розбудови іміджу України в світі.

Методи дослідження. Під час написання даної роботи було застосовано метод аналізу та конкретизації для визначення цифрової дипломатії. Також був використаний метод узагальнення на основі використаних джерел для дослідження. За допомогою цього було визначено інструменти реалізації цифрової дипломатії. У ході SWOT аналізу був використаний метод прогнозування можливостей та загроз, і подальших тенденцій розвитку цифрової дипломатії в Україні.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЦИФРОВОЇ ДИПЛОМАТІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ПУБЛІЧНОЇ ПОЛІТИКИ

1.1 Сутність і роль цифрової дипломатії у світі

Публічна або державна політика охоплює усі можливі сфери діяльності держави: охорону здоров'я, врядування, економічний розвиток, створення законів та зовнішню політику. В широкому розумінні сучасна державна політика не обмежується лише внутрішніми питаннями, як прийнято вважати. Це системні рішення, для задоволення суспільних потреб, в тому числі національних інтересів. Одним з найбільш важливих вимірів зовнішньої державної політики є дипломатія. Саме завдяки їй країна співіснує з іншими державами в економічних, політичних або оборонних союзах. Вона підтримує «соціальність» держави, дозволяючи їй просувати власні національні інтереси, гармонійно співіснувати зі світом, не перебуваючи в ізоляції. Від результатів дипломатичної діяльності залежить місце країни у міжнародній сфері, міцність її національної безпеки та можливість ведення активної або пасивної економічної діяльності. Класична дипломатія вибудовується на рівні офіційних міжурядових зв'язків і відповідних високопосадовців. Проте розвиток та поширення принципів м'якої сили та ненасильницького середовища зумовили залучення альтернативних видів дипломатії, зокрема публічної.

Значення дипломатії як процесу застосування стратегічно спрямованої комунікації заради власних цілей відоме всім. Серед провідних дослідників дипломатії варто виділити істориків, політичних діячів, власне дипломатів таких як Ернест Сатоу, Ніколло Макіавеллі, Сунь Цзи, Франческо Гвічардіні, Франсуа де Кальєр, Гарольд Нікольсон. Їхні визначення дипломатії подекуди відрізнялися, але спільний наголос усіх науковців зосереджувався на її секретності.

Сьогодні цифровізація це не просто технологічна тенденція, а глобальний процес, який охоплює усі рівні врядування, держави та політики: уряди, інституції та суспільства. У XXI столітті традиційна дипломатія стикнулася з складнощами викликаними цифровою трансформацією. Змінилися канали комунікації, способи взаємодії держав між собою, як на офіційних, так і на публічному рівнях. Відповідно, з цифровізацією дипломатії підвищена публічність раніше недоступної інформації почала викликати дискурси щодо порушення «класичності» та консервативності даної сфери. У цьому розділі окреслимо розглянемо публічну дипломатію як таку, основні дефініції цифрової дипломатії, порівняємо думки науковців та встановимо зв'язок між завданнями цифрової дипломатії та формування іміджу країни, як частини зовнішньополітичної діяльності.

Британська енциклопедія *Britannica* визначає дипломатію як «усталений метод впливу на рішення та поведінку іноземних урядів і народів шляхом діалогу, переговорів та інших заходів, окрім війни чи насильства»¹. Продовження визначення свідчить про розвиток дипломатії з суто офіційних взаємовідносин між суверенними країнами до створення міжнародних платформ розширеної багатосторонньої комунікації. Сюди входять конференції, наднаціональні інституції, саміти, тощо. Вартий уваги черговий наголос на секретності дипломатії, хоча і визнається той факт, що наразі більшість рішень є публічними².

Проте, це не просто спосіб чи методологія – це наука, мистецтво та невід’ємна частина існування держави та її взаємодії з іншими країнами. Варто зауважити, що загалом дипломатія, не зважаючи на свій чітко структурований та формалізований ієрархічний порядок, не обмежується лише верхівкою офіційних представників країн, таких як президент, міністри, послы та інші. Їй характерні різні прояви впливу та просування національних інтересів держав за межі власних кордонів. Саме тому для розуміння свіжого та нового у світі міжнародних відносин поняття цифрової дипломатії необхідно контекстуально окреслити основний підвид дипломатії до якого вона належить, а саме публічну дипломатію.

Як слушно зауважує Ю.С. Полєєва у своїй статті «Генезис поняття «Дипломатія», «успіх на міжнародній арені багато в чому залежить від спільних зусиль державних та недержавних структур»³. Дипломатія еволюціонувала, перетворившись на більш широку сферу впливу на громадську думку та серед політичних еліт іноземних держав. Автор наголошує на посиленні позицій та значущості суспільної думки для міжнародного визнання та сприйняття⁴. На основі цього виникла і почала активно розвиватися публічна дипломатія — напрям, головною метою якого є формування позитивного ставлення до держави через взаємодію та вплив на іноземні суспільства за допомогою інструментів «м'якої сили». В рамках такої діяльності увага також приділяється національному бренду країни, його впізнаваності в глобальному середовищі. Поступово, з'явилася потреба в делегації комунікації на публічний рівень, тобто на суспільний, від країни до громадян. Прояви публічної дипломатії характеризуються своєю неочевидністю для загальної маси пересічних громадян, які є її головними споживачами, себто опосередкованістю їх втілення. На відміну від класичної дипломатії, публічна дипломатія має дещо завуальований контекст спрямований на загальні маси пересічних громадян інших країн. Т.В. Сивак у своїй роботі «Публічна

¹ Freeman C. W., Marks S. Diplomacy | Definition, Meaning, Types, & Examples | *Britannica. Encyclopedia Britannica*. URL: <https://www.britannica.com/topic/diplomacy>

² Freeman C. W., Marks S. Diplomacy | Definition, Meaning, Types, & Examples | *Britannica. Encyclopedia Britannica*. URL: <https://www.britannica.com/topic/diplomacy>

³ ПАЛЄЄВА Ю. ГЕНЕЗИС ПОНЯТТЯ «ДИПЛОМАТІЯ». *ВІСНИК УНІВЕРСИТЕТУ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ. серія «ПРАВО»*. 2021. С. 109-112. URL: <https://law.duan.edu.ua/images/PDF/2021/2/14.pdf>, с.111

⁴ ПАЛЄЄВА Ю. ГЕНЕЗИС ПОНЯТТЯ «ДИПЛОМАТІЯ». *ВІСНИК УНІВЕРСИТЕТУ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ. серія «ПРАВО»*. 2021. С. 109-112. URL: <https://law.duan.edu.ua/images/PDF/2021/2/14.pdf>, с.111

дипломатія як інтеграційний компонент стратегічних комунікацій у публічному управлінні»⁵ наскрізно наголошує на публічній дипломатії як способу стратегічної комунікації. Дійсно, публічна дипломатія виступає потужним інструментом саме такої взаємодії, оскільки дає змогу не лише доносити позицію держави, а й формувати довіру та підтримку серед іноземних громадян. Активна взаємодія з цільовими аудиторіями за кордоном завдяки різноманітним проявам публічної дипломатії сприяє зміцненню національного іміджу та досягненню зовнішньополітичних цілей. Одним із завдань публічної дипломатії це створення національного бренду: для взаємодії не лише вертикально, тобто від держави до суспільства, але й горизонтально себто від населення до населення або від населення до іншої держави⁶. У своїй роботі Сивак наводить декілька визначень публічної дипломатії у науковій літературі. Найбільш цікавою є його спроба визначити публічну дипломатію не лише як інструмент формування сприйняття, але й яким чином «послання інтерпретовано в іншій країні, тобто разом з інструментами переконання використовуються інструменти діалогу»⁷.

Досліджуючи тематику публічної дипломатію, неможливо не згадати про м'яку силу. Саме вона визначає контекст заходів зовнішньополітичної взаємодії урядів з іноземними суспільствами. Завдяки ненав'язливості та альтернативним шляхам поширення потрібних наративів, м'яка сила легше і швидше викликає інтерес аудиторії, і відповідно утримує її увагу. Термін м'якої сили або *soft power* набув особливої популярності останніми роками, закріплюючи витіснення жорстких авторитарних методів демократичними. М'яка сила є проявом лібералістичних поглядів, що прийшли на противагу ідеям реалізму про «владу тому хто сильніший». Американський професор Джозеф Най заснував цей термін у 1990-х роках, визначаючи її як отримання переваги через привабливість⁸. Тоді США демонстрували потужний імідж «країни можливостей», що зберігається і досі. Здебільшого м'яка сила була поширеною в рамках діяльності дружин президентів, перших леді. Станом на зараз тенденція зберігається, але тепер своє втілення вона знаходить безпосередньо серед урядів країн. М'яка сила працює над привабливістю країни, себто і публічна дипломатія як її елемент впливає на формування національного бренду. З урахуванням фактичного виникнення в США, було сформоване так зване американське визначення публічної дипломатії. Згідно з ним вона означає «цілеспрямовану і різнобічну інформаційну роз'яснювальну діяльність на підтримку дружніх режимів, суспільних інститутів, що поділяють американські цінності, засіб

⁵ Сивак Т. Публічна дипломатія як інтеграційний компонент стратегічних комунікацій у публічному управлінні. *Право і державне управління*. 2019. Т. 3, № 2. С. 98–104. URL: <https://doi.org/10.32840/pdu.3-2.15>

⁶ ПАЛЄВА Ю. ГЕНЕЗИС ПОНЯТТЯ «ДИПЛОМАТІЯ». *ВІСНИК УНІВЕРСИТЕТУ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ. серія «ПРАВО»*. 2021. С. 109-112. URL: <https://law.duan.edu.ua/images/PDF/2021/2/14.pdf>, с. 112

⁷ Сивак Т. Публічна дипломатія як інтеграційний компонент стратегічних комунікацій у публічному управлінні. *Право і державне управління*. 2019. Т. 3, № 2. С. 98–104. URL: <https://doi.org/10.32840/pdu.3-2.15>, с. 99

⁸ Слісаренко І. Теорія і практика «м'якої сили» в міжнародних відносинах. *ОСВІТА РЕГІОНУ № 1-2*. 2008. URL: <https://social-science.uu.edu.ua/article/24>.

формування позитивної до політики США громадської думки за кордоном і важіль впливу на прийняття державних рішень, що відповідають американським інтересам»⁹. Така дефініція вичерпно описує контекст та цілі публічної дипломатії, і легко інтерпретується на національний контекст будь-якої іншої країни. Окрім цифрової дипломатії складовими м'якої сили є спортивна дипломатія, культурна дипломатія, науково-освітня дипломатія, гастрономічна або кулінарна дипломатія. Кожна з них особливо ефективна у горизонтальній репрезентації від суспільства до суспільства. Хоча, аналізуючи напрацювання одного з вище згаданих політичних діячів, а саме Маккіавеллі дипломатія як така вже є проявом м'якості. У порівнянні з його позицією про першочерговість військової майстерності, сутність дипломатії, а саме її ненасильницький характер, легко вбачається. Тим не менш, військова спроможність не завжди була переконливою за своєю потужністю. Саме в таких випадках він вбачав користь у дипломатії, особливо якщо вона набувала стратегічного характеру, адже дозволяла виходити за межі традиційних інструментів лобювання інтересів держав серед одне одного, що створило з часом менш формалізовані, але однаково ефективні процедури дипломатичної взаємодії.

Почнімо з буквального тлумачення та розгляду різних термінів притаманних цифровій дипломатії. Слово digital в перекладі на українську означає «електронний» або «цифровий». У вітчизняних дослідженнях вони є найбільш вживаними. Також використовуються такі терміни як twiplomacy (twitter diplomacy), social media diplomacy, media diplomacy, e-diplomacy, internet diplomacy, data diplomacy і fplomacy (facebook diplomacy). Контекстуально усі вони вказують на використання цифрових інструментів поширення інформації для реалізації публічної дипломатії з метою інформування широкої аудиторії. Проте, на перший погляд контекстуальна схожість насправді виділяє більш вузьку сферу функціонування кожного з зазначених різновидів. Наприклад, «е» дипломатія використовується для питань ділового характеру, а «тві» охоплює лише конкретне використання колишнього Твіттеру¹⁰, нині X. Цифрова дипломатія використовує технології для модернізації дипломатичного спілкування. Цей підхід наголошує на прозорості, взаємодії та обміні інформацією, що відрізняє його від традиційної дипломатії. Завдяки цифровізації дипломатії доступ до інформації став більш простим, позбавляючи дипломатів так званої влади на неї. Вона дозволяє більш широко взаємодіяти і будувати стратегічні зв'язки не тільки з урядами країн, але і з широкими спільнотами їхніх громадян. Наочний приклад того як цифрова дипломатія скорочує бюрократичний шлях взаємодії громадян з міністерствами є ініціатива колишнього

⁹ Слісаренко І. Теорія і практика «м'якої сили» в міжнародних відносинах. *ОСБИТА РЕГІОНУ № 1-2*. 2008. URL: <https://social-science.uu.edu.ua/article/24>.

¹⁰ Verreikia B. S. Digital Diplomacy and Its Effect on International Relations. *Student Publications*. 2017. P. 5–29. URL: https://cupola.gettysburg.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1642&context=student_scholarship&utm_source, c.14.

Міністра закордонних справ великої Британії Вільяма Хейга¹¹. У Твіттері він започаткував компанію «Зустрінь міністра закордонних справ». Ця ініціатива надала можливість підписниками самостійно формулювати питання, які стали пріоритетними для МЗС в найближчі роки¹².

Провідними вітчизняними дослідниками цифрової дипломатії є К. Балабанов та М. Трофименко. На прикладі США, у своїй роботі «Структура публічної дипломатії США» вони визначають додаткові терміни цифрової дипломатії як «нової публічної дипломатії» або «публічної дипломатії 2.0»¹³. Е. Трофименко приділив увагу детальному дослідженню цифрової дипломатії. Він визначав її як різновид публічної дипломатії з використанням інформаційно комунікаційних технологій для втілення дипломатичних цілей¹⁴. Також він пропонує альтернативну назву, що походить з Силіконової долини, а саме «дипломатія веб 2.0». Він справедливо виділяє такі переваги цифрової дипломатії як робота з зарубіжною аудиторією, широкий та відкритий доступ аудиторії до діяльності класичної дипломатії, оперативність у наданні офіційної інформації або спростування дезінформації та формування іміджу¹⁵.

Поняття іміджу держави та її національного бренду дотичні і співзалежні. У сучасному світі конкуренція серед країн виходить за межі типових політичних та економічних індикаторів. Зокрема для набуття значних переваг та привабливості для інвесторів, туристів, міжнародних компаній та заходів світової важливості та масштабу вибудовується національний бренд, а кінцевий продукт вже називають іміджем. Завдяки позитивному образу в іноземців виникатиме бажання підтримувати політику, відвідувати або емігрувати до країни, інвестувати в промисловість та розвиток економіки¹⁶. З цієї точки зору домінуючим образом міжнародної системи є образ конкурентного ринку. Іноді також діє глибший концепт: якщо ми зможемо показати, якою насправді є країна, то усунемо непорозуміння та покращимо політичні відносини¹⁷.

¹¹Verreka B. S. Digital Diplomacy and Its Effect on International Relations. *Student Publications*. 2017. P. 5–29. URL: https://cupola.gettysburg.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1642&context=student_scholarship&utm_source, c.18

¹² Verreka B. S. Digital Diplomacy and Its Effect on International Relations. *Student Publications*. 2017. P. 5–29. URL: https://cupola.gettysburg.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1642&context=student_scholarship&utm_source, c.18

¹³ БАЛАБАНОВ К., ТРОФИМЕНКО М. Структура публічної дипломатії США. *Україна Дипломатична = Diplomatic Ukraine*. 2014. № 15. С. 709–719. URL: <https://repository.mu.edu.ua/jspui/handle/123456789/529>, c.710

¹⁴ Трофименко М. *eIR* MSU: Головна сторінка. URL: https://repository.mu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/4199/1/nova%20lek_2015_419.pdf, c.419

¹⁵ Трофименко М. *eIR* MSU: Головна сторінка. URL: https://repository.mu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/4199/1/nova%20lek_2015_419.pdf, c.419

¹⁶ Brown R. The Four Paradigms of Public Diplomacy: Building a Framework for Comparative Government External Communications Research. San Diego. Leeds, 2012. P. 1–19. URL: <https://pdnetworks.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/04/isa-2012-v4.pdf>, c. 5

¹⁷ Brown R. The Four Paradigms of Public Diplomacy: Building a Framework for Comparative Government External Communications Research. San Diego. Leeds, 2012. P. 1–19. URL: <https://pdnetworks.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/04/isa-2012-v4.pdf>, c. 5

Як зазначає Оксана Білецька, провідний політолог-дослідник Саймон Анхольт запровадив поняття «національний брендинг»¹⁸. Він визначав його як «систематичний процес гармонізації дій, поведінки, інвестицій, інновацій та комунікацій держави для реалізації стратегії національної безпеки та конкурентної ідентичності»¹⁹. В свою чергу більш лаконічне визначення пропонує дослідник Кіт Дінні описуючи його як «унікальне, багатовимірне поєднання елементів, що забезпечує нації культурно обґрунтовану відмінність та актуальність для всіх її цільових аудиторій»²⁰. Як бачимо, тут головним є фокус на єдності у відмінності; забезпеченні глобалізованого мультикультурного світу.

Існує так званий шестикутник національного бренду сформований також Саймоном Анхольтом. Це сукупність таких елементів як: туризм, експорт, люди, врядування, інвестиції та міграція і культурна спадщина²¹. В рамках опитування респондентів для визначення індексу національного бренду, учасники надають оцінку кожної зі сфер і відповідно далі формується значення (індекс) як середнє арифметичне усіх компонентів²². У прес релізі «Анхольт-Іпсос. Бренди нації. Індекс»²³ від листопада 2023 року надається опис кожної зі сфер, які розглянемо далі. Туризм оцінюють за трьома напрямками: природа, історичні будівлі та пам'ятки і різноманітність дозвілля. Експорт стосується обізнаності людей щодо країни походження того чи іншого продукту, її авторитетності в цій сфері. Категорія люди екзаменує гостинність та дружність громадян запропонованої країни. Ця категорія охоплює як якість неформальних знайомств, так і професійну кваліфікованість. З точки зору національного бренду врядування охоплює поведінку країни на міжнародній арені і стосується зокрема таких сфер як мир і безпека, захист довкілля і зниження глобального безробіття. Іміграція та інвестиції визначають привабливість країни для потенційного проживання кваліфікованої робочої сили і вимірюється не тільки за допомогою кількості іноземних студентів, людей що працюють або живуть, але також враховує економічну стабільність і однорідність суспільства. Останнім аспектом шестикутника є культура і оцінює уявлення та популярність продуктів культурної індустрії країни та її історично-культурний бекграунд. Також сюди входить спорт.

¹⁸ Biletska, O. Culture as a Nation Branding Tool within the International Interaction System. *Culture and Arts in the Modern World*. 2021. С. 22-33. URL: <https://doi.org/10.31866/2410-1915.22.2021.235887>, с. 24

¹⁹ Biletska, O. Culture as a Nation Branding Tool within the International Interaction System. *Culture and Arts in the Modern World*. 2021. С. 22-33. URL: <https://doi.org/10.31866/2410-1915.22.2021.235887>, с. 24

²⁰ Rybka-Iwańska K. NATION BRANDS AND THE CASE STUDY OF UKRAINE. *UA: Ukraine Analytica*. 2017. No. 4(10). P. 21–28. URL: <https://drive.google.com/file/d/19EU28TecWZZNoXHLmynRet9hyGKtZPkM/view..>, с. 21

²¹ The Anholt-Ipsos Nation Brands Index. 2023. 31 p. URL: https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2023-10/NBI_2023_Press_Release_Supplemental_Deck_WEB.pdf, с. 6

²² The Anholt-Ipsos Nation Brands Index. 2023. 31 p. URL: https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2023-10/NBI_2023_Press_Release_Supplemental_Deck_WEB.pdf, с. 6

²³ The Anholt-Ipsos Nation Brands Index. 2023. 31 p. URL: https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2023-10/NBI_2023_Press_Release_Supplemental_Deck_WEB.pdf, с. 6

1.2 Цифрова дипломатія як інструмент публічної політики для формування національного іміджу країни. Світовий досвід.

Вочевидь розвиток цифрових технологій нині став одним із найефективніших способів заявити про себе. Безпосередньо цифрова дипломатія дозволяє швидко й масштабно впливати і активно взаємодіяти з міжнародною аудиторією через соціальні мережі, онлайн-медіа та інші цифрові платформи. Вона активно використовується для просування цінностей держави та створення позитивного сприйняття за кордоном.

Як зазначалося цифрова дипломатія, як один з вимірів публічної, вибудовує привабливий образ країни. Національний бренд може формуватися самостійно, без конкретних зусиль урядів. У такому випадку він може залежати від традиційних складових, а саме: економіка та благополуччя країни, політичний режим, свобода слова, риторика та позиція лідера. Позаяк імідж має на меті залучити якомога більше ресурсів ззовні для економічного зростання.

Якщо розглядати національний бренд як одну з проєкцій публічної дипломатії, то використання зовнішніх комунікацій через образи, що репрезентують країну почалися ще в XIX столітті²⁴. Так як це бачення розширеної зовнішньої комунікації, яка має на меті залучити широке коло соціальних та економічних суб'єктів, цифрова дипломатія відіграє роль найбільш раціонального та фінансово вигідного інструменту. Окрім того, що взаємодія через соціальні мережі фактично має необмежений вихід до максимально різноманітно інклюзивної аудиторії, вона також дозволяє на пряму з нею взаємодіяти.

Національний бренд, на відміну від іміджу, вимірювана величина. Це сукупність образів асоціацій. Він може бути як позитивним, так і негативним. Він може репрезентувати внутрішні проблеми держав, або навпаки заявляти про прагнення до змін заміщуючи стереотипні наративи, і відповідно створюючи новий імідж. Цифровий інформаційний простір надає контроль над деякими елементами бренду країни, але й одночасно позбавлений можливості курувати його. Основними каналами впливу для цифрової дипломатії є соціальні мережі. Офіційні сторінки президентів, міністрів та країн роблять свій внесок у створення того чи іншого враження про країну. Проте, цікавим елементом саме соціальних мереж є залучення користувачів. Цей компонент відсутній в інших джерелах цифрової дипломатії, наприклад офіційних вебсайтах чи цифрових платформах, де немає внутрішньої взаємодії аудиторії. Зараз під час радикальних змін у політичному устрої світу цифрова дипломатія відіграє ключову роль. Завдяки цьому контроль над національною картинкою послабився і є більш

²⁴ Brown R. The Four Paradigms of Public Diplomacy: Building a Framework for Comparative Government External Communications Research. San Diego. Leeds, 2012. P. 1–19. URL: <https://pdnetworks.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/04/isa-2012-v4.pdf>, с. 5

самобутнім.

Лідери країн вільно висловлюють свою погляди, підтримку або засудження світових подій. Відповідно це також робить свій внесок у сприйняття аудиторією соціальних мереж країни. Один з найяскравіших прикладів наразі діяльність переобрання президента США Дональда Трампа. Однією з найголовніших функцій президента є представлення своєї держави на міжнародній арені, але з розвитком цифрового виміру публічної дипломатії та залучення відповідних платформ він може стати частиною іміджу держави для суспільств інших країн. У цьому контексті особистість глави держави набуває ще більшого значення, адже саме його поведінка, висловлювання й публічний образ можуть суттєво впливати на сприйняття країни за кордоном. Яскравим прикладом такого явища є Дональд Трамп — один з найбільш непередбачуваних, скандальних, епатажних та антагонічних політиків сучасного світу. З роками він створив свій власний образ, який справедливо можна вважати особистим брендом президента. Трампу вдалося гармонійно поєднати особистий образ, політичну стратегію та власну дефініцію іміджу США. Його слоган «Make America Great Again» став візитівкою як самого президента, так і сучасної Америки.

Якщо говорити про те, хто став одним з першопрохідців у введенні цифрових трансформацій та зміни способу ведення дипломатії, то це Данія. Країна почала використання *techplomacy*, дещо відмінної від традиційного поняття цифрової дипломатії, у 2017 році. Саме тоді «Данія стала першою країною у світі, яка зробила технології та цифровізацію пріоритетом міжгалузевої зовнішньої та безпекової політики»²⁵. Як це пов'язано з іміджем Данії допомагає зрозуміти визначення даної сфери. Це новий рівень зовнішньої взаємодії в якому держава та глобальні технологічні компанії стають ближчими і вибудовують діалог між одне одним для формування цифрової політики²⁶.

Ініціатива створити цифрового посла була зумовлена трьома причинами, що на той час значно впливали на сектор зовнішньої політики. Вже тоді Данія почала думати та передбачати глобальні зміни завдяки штучному інтелекту, збору великих даних (*big data*) та персональної інформації, підвищення значимості соціальних мереж на розвиток демократії та виборів, появи інтернету речей, загострення питань кібербезпеки та появи цифрових бізнес моделей²⁷. Усе це має вплив та значення для усієї міжнародної спільноти, «трансформуючи майже всі сектори суспільства та впливаючи не лише на внутрішні ринки, але й на глобальний баланс сил»²⁸. Наступною причиною стало набуття впливовості багатонаціональними технологічними компаніями, що фактично задають тенденції в сфері технологічних інновацій. Як справедливо

²⁵ The TechPlomacy Approach. *Office of Denmark's Tech Ambassador*. URL: <https://techamb.um.dk/the-techplomacy-approach>

²⁶ Techplomacy. *International Committee of the Red Cross*. URL: <https://www.icrc.org/en/law-and-policy/techplomacy>

²⁷ The TechPlomacy Approach. *Office of Denmark's Tech Ambassador*. URL: <https://techamb.um.dk/the-techplomacy-approach>

²⁸ The TechPlomacy Approach. *Office of Denmark's Tech Ambassador*. URL: <https://techamb.um.dk/the-techplomacy-approach>

зазначається «їхня економічна та політична влада відповідає — або навіть перевершує — силу наших традиційних партнерів національних держав»²⁹. І останньою причиною стала роль недержавних акторів у формуванні нової зовнішньої та геополітики. Одними з таких прикладів наведено кібербезпеку, «яка піднялася на перше місце в порядку денному національної безпеки»³⁰.

Відправивши у 2017 році спеціального посла в Силіконову долину, Данія справедливо закріпила за собою імідж лідера у сфері європейської діджиталізації. Однією з цілей нової Стратегії techplomacy на 2026 рік встановлено підвищити конкурентну спроможність усієї Європи, перетворивши її на «технологічну наддержаву», що конкуруватиме з США та Китаєм³¹. По-перше, таким чином вона закріпила за собою звання першопрохідця, адже як зазначалося вище Данія стала першою країною, яка офіційно інтегрувала технології в свою зовнішню політичну діяльність. Таким чином держава стала новатором, демонструючи потужну політичну волю до адаптації в умовах глобальних викликів. Окрім цього, вона також визнала цифрові новації на кшталт штучного інтелекту не просто черговим цифровим продуктом, а силою глобального значення, що впливає на національні сфери, якими в тому числі опікується зовнішня політика. Додатково, Данія поклала початок світовій зміні парадигми контексту міжнародної взаємодії, постаючи учасником прямого державно-корпоративного партнерства, відійшовши від класичних принципів.

Інший приклад світового досвіду, в контексті більш традиційного розуміння цифрової дипломатії демонструє революційні зміни в сприйнятті серед іноземців. Мова йде про Об'єднані Арабські Емірати, які незважаючи на відсутність багатого природного ресурсу та мінусів географічного розташування дійсно утотожили себе з передовим прогресом у світі. У 2018 році Міністерство закордонних справ та міжнародних корпорацій ОАЕ у партнерстві з Міністерством культури та розвитком знань запустили ініціативу «Культурна та цифрова дипломатія»³². З назви стає зрозумілим, що міністерства вирішили об'єднати два найбільш потужних інструменти публічної дипломатії. Як зазначає Закі Нуссейбех, державний міністр, мета проекту привернути увагу до еміратських історій успіху, що збігається з баченням уряду в промоції культури інновацій та креативності³³. ОАЕ також є однією з країн, що адаптували techplomacy. Саме це є «ключовим аспектом зовнішньої політики Еміратів, використовуючи

²⁹ The TechPlomacy Approach. *Office of Denmark's Tech Ambassador*. URL: <https://techamb.um.dk/the-techplomacy-approach>

³⁰ The TechPlomacy Approach. *Office of Denmark's Tech Ambassador*. URL: <https://techamb.um.dk/the-techplomacy-approach>

³¹ Desmarais A. 'Techplomacy': Meet the Danish diplomat leading Europe's efforts to influence Silicon Valley. *euronews*. URL: <https://www.euronews.com/next/2024/03/23/meet-a-european-diplomat-working-to-get-tech-companies-on-the-right-side-of-history>

³² Cultural and Digital Diplomacy initiative launched. *WAM*. URL: <https://www.wam.ae/en/article/hszr6o2p-cultural-and-digital-diplomacy-initiative>

³³ Cultural and Digital Diplomacy initiative launched. *WAM*. URL: <https://www.wam.ae/en/article/hszr6o2p-cultural-and-digital-diplomacy-initiative>

свої інвестиції в інфраструктуру даних та штучний інтелект для встановлення глобальних партнерства»³⁴. Потужна технологічна інфраструктура дозволяє Еміратам вбудовувати дипломатію саме з використанням цих інструментів встановлюючи стратегічні партнерства з країнами на кшталт Малайзії³⁵. Емірати створили свій імідж завдяки рішенням державної політики та використання потужного цифрового потенціалу. Інструментом в даному випадку виступив симбіоз м'якої сили: цифрової та культурної дипломатії, аби репрезентувати свою країну через історії успіху у відповідних сферах. Завдяки ініціативі відбулося просування таких наративів як інноваційність та креативність як компонентам національного характеру. Наразі імідж ОАЕ демонструє країну, що інвестує в існуючі багато технологічні ресурси, культуру та вибудову стратегічних партнерств.

³⁴ Desurmont J.-M. The UAE's technology diplomacy balancing act – Bloomsbury Intelligence and Security Institute (BISI). *Bloomsbury Intelligence & Security Institute (BISI)*. URL: <https://bisi.org.uk/reports/the-uaes-technology-diplomacy-balancing-act>

³⁵ Desurmont J.-M. The UAE's technology diplomacy balancing act – Bloomsbury Intelligence and Security Institute (BISI). *Bloomsbury Intelligence & Security Institute (BISI)*. URL: <https://bisi.org.uk/reports/the-uaes-technology-diplomacy-balancing-act>

Висновки до розділу 1

Напрацювання першого розділу стосуються здебільшого теоретичних окреслень та основних понять згадуваних у цій роботі. Доведено, що зовнішня діяльність держави є невід'ємною частиною системи компетенції публічної політики. Досліджено поняття дипломатії як такої, а також детально розглянуто цифрову дипломатію як вимір публічної політики, і обґрунтовано відповідний зв'язок між ними. Визначено, що цифрова дипломатія змінює усталені норми даної сфери, розширюючи доступ до обмеженої або конфіденційної інформації. Окрім цього було пояснено значення національного бренду та його взаємозв'язку з іміджем країни.

В межах дослідження цифрової дипломатії як способу формування національного іміджу було розглянуто закордонний досвід як дійсного підтвердження впливовості даного інструменту. Проаналізовано досвіди трьох країн, а саме США, Данії та Еміратів. На відміну від США за чинної каденції Трампа, що змінив сприйняття країни через власний образ лідера, Емірати та Данія створили свій імідж завдяки рішенням державної політики. Приклад Данії підтверджує, що цифрова дипломатія не обмежується лише використанням віртуальних способів комунікації, а охоплює ширший контекст роботи та впливу глобальних цифрових технологій. Кейс ОАЕ демонструє, що електронна дипломатія не лише змінює способи ведення стратегічної комунікації, а також впливає на переосмислення національного іміджу у цифрову епоху завдяки технологіям.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПОТОЧНОГО СТАНУ РЕАЛІЗАЦІЇ ПУБЛІЧНОЇ ПОЛІТИКИ ЧЕРЕЗ ІНСТРУМЕНТ ЦИФРОВОЇ ДИПЛОМАТІЇ В УКРАЇНІ

2.1. Нормативно-правова база та поточний стан реалізації публічної політики в Україні із застосуванням інструменту цифрової демократії

У цьому розділі дослідження будуватиметься навколо питання чи є в українській нормативно-правовій базі (і якщо так, то які) законодавчі засади здійснення цифрової дипломатії та формування іміджу країни. Окрім цього розглянемо за допомогою яких механізмів вона здійснюється.

Питання дипломатії та вибудови національного бренду входять до компетенцій зовнішньої політики. На сайті Міністерства Закордонних Справ³⁶ України наданий загальний перелік ключових документів, які регулюють дану сферу. Серед них: Конституція України, Закон України «Про державну службу», Закон України «Про дипломатичну службу», Віденська конвенція про дипломатичні зносини, Віденська конвенція про консульські зносини, Закон України «Про засади зовнішньої та внутрішньої політики» і Положення про Міністерство закордонних справ. Окрім цього, в контексті тематики дослідження варто додати до переліку Стратегію публічної дипломатії МЗС України на 2021–2025 роки, Комунікаційну стратегію МЗС України, Концепцію популяризації України у світі та просування її інтересів у світовому інформаційному просторі та Указ Президента України «Про Стратегію інформаційної безпеки».

У Конституції України питань зовнішньої політики стосуються стаття 18 та стаття 92, пункт 9. Стаття 18 стверджує що «зовнішньополітична діяльність України спрямована на забезпечення її національних інтересів і безпеки шляхом підтримання мирного і взаємовигідного співробітництва з членами міжнародного співтовариства за загально визнаними принципами і нормами міжнародного права»³⁷. У статті 92, пункті 9 зазначається, що лише Закони України визначають «засади зовнішніх зносин, зовнішньоекономічної діяльності, митної справи»³⁸. Закон України «Про дипломатичну службу»³⁹ від 7 червня 2018р. визначає загальні правові засади та порядок організації дипломатичної служби як складової частини державної служби. У цьому законі немає

³⁶ Чинне законодавство. *Міністерство закордонних справ України*. URL: <https://mfa.gov.ua/pro-ministerstvo/oficijni-dokumenty/normativno-pravovi-akti>.

³⁷ Конституція України : від 28.06.1996 № 254к/96-ВР : станом на 1 січ. 2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр#Text>

³⁸ Конституція України : від 28.06.1996 № 254к/96-ВР : станом на 1 січ. 2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр#Text>

³⁹ Про дипломатичну службу: Закон України від 07.06.2018 № 2449-VIII : станом на 15 листоп. 2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2449-19#Text>

наголосу саме на підвиди дипломатії, або загалом визначення акценту здійснення зовнішньої політики, фактично окрім захисту національних інтересів. У Законі України «Про засади внутрішньої і зовнішньої політики» від 1 липня 2010р. у статті 11 частині 2 про основні засади зовнішньої політики наголошується про важливість «створення сприятливих зовнішньополітичних умов для розвитку української нації, її економічного потенціалу, історичної свідомості, національної гідності українців, а також етнічної, культурної, мовної, релігійної самобутності громадян України усіх національностей»⁴⁰. Наступне положення є дотичним до ідей створення та зміцнення національного бренду на міжнародній арені, хоча і звучить не зовсім в контексті «м'якої сили», а саме «утвердження провідного місця Україні у системі міжнародних відносин, зміцнення міжнародного авторитету держави»⁴¹. Тут мова йде радше про класичні наслідки дипломатії, а саме зміцнення політичного та економічного, торгівельного потенціалу, але при цьому є згадка про авторитет держави. Це може сигналізувати про створення певного образу на міжнародній арені який мав би укріплювати українські позиції, чим власне і займається національний бренд. На прикладі цього закону, який був затверджений у 2010 році (без редакції і дотепер) ми бачимо еволюцію та наскільки сильно змінилися підходи до створення так званого авторитету країни, зокрема України. За останні 15 років потреба у публічній дипломатії значно зросла, а її ефективність стрімко підтвердилася за останні роки повномасштабного вторгнення. Більш наближену до сучасності риторику про «м'яку силу» для вибудови сприятливого іміджу України пропонує Постанова від 30 березня 2016 р. «Про затвердження Положення про Міністерство закордонних справ України». У 3 пункті, 6 підпункті зазначається про створення сприятливого міжнародного авторитету України як надійного партнера ⁴². Саме національний бренд вибудовує довіру та ознайомлює з країною народи та уряди інших держав. Як вже зазначалося національний бренд стосується не лише культурного виміру країни. Навіть через такий канал представлення мета завжди одна: залучити якомога більше корисних закордонних ресурсів, які сприятимуть економічному зростанню. Як підтвердження цьому у 4 пункті Постанови в 10 підпункті зазначається що одне з завдань МЗС «створення позитивного інвестиційного іміджу держави»⁴³. Проаналізувавши основні нормативно-правові документи, які регулюють зовнішню діяльність України і які опосередковано стосуються тематики дослідження, висновок доволі очевидний: через застарілі редакції законів та постанов положення щодо

⁴⁰ Про засади внутрішньої і зовнішньої політики : Закон України від 01.07.2010 № 2411-VI : станом на 2 трав. 2025 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2411-17#Text>

⁴¹ Про засади внутрішньої і зовнішньої політики : Закон України від 01.07.2010 № 2411-VI : станом на 2 трав. 2025 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2411-17#Text>

⁴² Про затвердження Положення про Міністерство закордонних справ України : Постанова Каб. Міністрів України від 30.03.2016 № 281 : станом на 24 серп. 2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/281-2016-п#Text>

⁴³ Про затвердження Положення про Міністерство закордонних справ України : Постанова Каб. Міністрів України від 30.03.2016 № 281 : станом на 24 серп. 2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/281-2016-п#Text>

вибудови національного бренду за допомогою засобів публічної дипломатії, зокрема цифрової, відсутні або некоректно сформульовані. Немає чітко встановлених цілей щодо цього, що мотивувало б до їхньої регулярної присутності на порядку денному МЗС.

Тепер перейдімо до аналізу більш актуальних законодавчих ініціатив, які стосуються безпосередньо здійснення цифрової дипломатії, створення сприятливого іміджу України та передачі інформації.

Документ, що вперше придивив стратегічний та свідомий підхід до формування національного бренду України – Стратегія публічної дипломатії МЗС України на 2021–2025 роки (далі Стратегія). Першочергово варто зазначити, що дана Стратегія затверджувалася у мирний час, але транзитом наклалася на воєнний. Як зазначає Дмитро Кулеба, колишній Міністр закордонних справ України у своїй передмові «публічна дипломатія не єдиний спосіб формування іміджу України, але є складовою стратегічної комунікації держави»⁴⁴. У документі цифрова дипломатія визначена як один з напрямів публічної дипломатії МЗС. У ході аналізу дізнаємося, що Український Інститут в рамках затвердженої Стратегії на 2020-й — 2024-й роки займався покращенням розуміння та впізнаваності України серед закордонних аудиторії. Також в контексті одного з напрямків публічної дипломатії акцент робиться на поширенні української творчості за її межами⁴⁵. У Стратегії згадується цифрова дипломатія як один з каналів здійснення публічної дипломатії, а також надається її визначення: «напряму публічної дипломатії, що передбачає використання цифрових технологій і платформ, а також взаємодію з ними для захисту національних інтересів країни. 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»⁴⁶. Варто наголосити, що дана Стратегія є «рамковим документом для формування та реалізації заходів МЗС у сфері публічної дипломатії»⁴⁷. Фактично цим документом відбулася формалізована інституціоналізація публічної дипломатії заради формування позитивного національного бренду України. В рамках стратегічних цілей було визначено наративи для позиціонування України, тобто її образ сприйняття у публічному просторі. До них увійшли: «сучасна європейська країна з тисячолітньою історією культурою та мистецтвом; хоробра та щира країна, країна сильних емоцій, Країна свободи та гідності; захисник миру, Україна стоїть на сторожі миру та спокою Європи; країна позитивних

⁴⁴ Кулеба Д., Джапарова Е. СТРАТЕГІЯ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ МІНІСТЕРСТВА ЗАКОРДОННИХ СПРАВ УКРАЇНИ НА 2021-2025 РОКИ. 2021. URL: <https://mfa.gov.ua/storage/app/sites/1/Стратегія/public-diplomacy-strategy.pdf>, с. 2

⁴⁵ Кулеба Д., Джапарова Е. СТРАТЕГІЯ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ МІНІСТЕРСТВА ЗАКОРДОННИХ СПРАВ УКРАЇНИ НА 2021-2025 РОКИ. 2021. URL: <https://mfa.gov.ua/storage/app/sites/1/Стратегія/public-diplomacy-strategy.pdf>, с.4

⁴⁶ Кулеба Д., Джапарова Е. СТРАТЕГІЯ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ МІНІСТЕРСТВА ЗАКОРДОННИХ СПРАВ УКРАЇНИ НА 2021-2025 РОКИ. 2021. URL: <https://mfa.gov.ua/storage/app/sites/1/Стратегія/public-diplomacy-strategy.pdf>

⁴⁷ Кулеба Д., Джапарова Е. СТРАТЕГІЯ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ МІНІСТЕРСТВА ЗАКОРДОННИХ СПРАВ УКРАЇНИ НА 2021-2025 РОКИ. 2021. URL: <https://mfa.gov.ua/storage/app/sites/1/Стратегія/public-diplomacy-strategy.pdf>

відкриттів, країна, що перевищує очікування від людей природи та можливостей; Україна гарант продовольчої безпеки світу»⁴⁸. Аналізуючи перебіг війни сміливо можна стверджувати що 4 з 5 наративів справдилися. Незважаючи на блокування порту з боку Росії, Україна все ж змогла продовжувати доставляти зерно і продовжила співпрацю з країнами Африки через ініціативу «Grain from Ukraine»; незважаючи на російську агресію та атаки, які змусили Україну обирати окрім дипломатичного шляху, збройний для самозахисту, Україна все одно є приборчником миру. Власне можна стверджувати, що якраз під час війни наратив «захисник миру Європи» набув особливо символічного значення, адже з першого дня повномасштабного вторгнення саме така риторика лунала від президента України та інших вітчизняних офіційних представників. Зрештою це допомогло активізувати європейські країни до більш активної оборонної допомоги, фінансової та гуманітарної. Так само позитивно можна оцінити і наратив про хоробрість, свободу та гідність. Завдяки повномасштабному вторгненню та широкому висвітленню з боку медіа світ побачив образ справжньої особистості українця: сміливого, патріотичного, справедливого, готового допомогти в будь-яких обставинах, інколи ціною свого життя та гідного. З тих самих причин з'явився не притаманний до цього інтерес з боку іноземних громадян до культури України. Українські митці та інші учасники креативних індустрій України розповідали про війну через своє мистецтво. Таким чином вони не тільки підвищували інформаційну обізнаність іноземців щодо ситуації в Україні, але й поширювали свій вклад в українську культуру. Враховуючи реалізацію 80 % встановлених наративів можна стверджувати, що Стратегія показала свою ефективність. Для розвитку цифрової дипломатії в стратегії визначено цифрові канали як один зі способів комунікації публічної дипломатії. Сюди увійшли соціальні мережі, веб-сайти, блоги, влоги, платформи для цифрового навчання та мобільні додатки⁴⁹. Також у стратегії визначено географічну цільову аудиторію цифрової дипломатії. Серед країн на які має бути спрямована стратегічна комунікація «США, Канада, Японія, Великобританія, Франція, ФРН, Італія, Польща, Литва, Нідерланди, Бельгія, Ірландія, Швейцарія, Швеція, Норвегія, Фінляндія, Данія, Греція, Іспанія, Австрія, Чехія, Румунія, Угорщина, Туреччина, Малайзія, Сингапур, Катар, ОАЕ, Кувейт, Ізраїль, Мексика, Бразилія»⁵⁰.

Комунікаційна стратегія МЗС України більше стосується діяльності Міністерства як такого. Проте, є деякі аспекти на які варто звернути увагу. Однією з цілей МЗС у сфері комунікацій є просування іміджу України у світі та протидії дезінформаційним атакам⁵¹. Тут

⁴⁸ Кулеба Д., Джапарова Е. СТРАТЕГІЯ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ МІНІСТЕРСТВА ЗАКОРДОННИХ СПРАВ УКРАЇНИ НА 2021-2025 РОКИ. 2021. URL: <https://mfa.gov.ua/storage/app/sites/1/Стратегія/public-diplomacy-strategy.pdf>

⁴⁹ Кулеба Д., Джапарова Е. СТРАТЕГІЯ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ МІНІСТЕРСТВА ЗАКОРДОННИХ СПРАВ УКРАЇНИ НА 2021-2025 РОКИ. 2021. URL: <https://mfa.gov.ua/storage/app/sites/1/Стратегія/public-diplomacy-strategy.pdf>

⁵⁰ Кулеба Д., Джапарова Е. СТРАТЕГІЯ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ МІНІСТЕРСТВА ЗАКОРДОННИХ СПРАВ УКРАЇНИ НА 2021-2025 РОКИ. 2021. URL: <https://mfa.gov.ua/storage/app/sites/1/Стратегія/public-diplomacy-strategy.pdf>

⁵¹ МЗС України. КОМУНІКАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ МІНІСТЕРСТВА ЗАКОРДОННИХ СПРАВ УКРАЇНИ.

відбувається кореляція стратегічної цілі, а саме національного бренду, з цифровою дипломатією. Завдяки ній користувачі, зокрема соцмереж, мають безперервний доступ до офіційної інформації з першоджерел⁵². Важливо наголосити, що особисті сторінки співробітників МЗС України в соціальних мережах не входять до офіційних каналів комунікації Міністерства⁵³. Натомість визначають такі канали офіційної комунікації:

- Офіційний веб-сайт МЗС
- Головна сторінка МЗС у Facebook
- Сторінка міністра у Facebook
- Сторінка Ukraine.ua у Facebook
- Сторінка радий експортерів та інвесторів при МЗС України у Facebook
- Сторінка управління закордонного українства у Facebook
- Політичний акаунт МЗС у Twitter
- Сторінка Міністра у Twitter
- Сторінки заступників міністра —речників МЗС
- Сторінки МЗС в Телеграм, Instagram та YouTube, а також сторінки закордонних дипломатичних установ України та керівників ЗДУ. Цінність даної Стратегії полягає в тому що вона надає вичерпний перелік каналів комунікації завдяки яким реалізовується цифрова дипломатія.

Розпорядження щодо Концепції популяризації України у світі та просування її інтересів у світовому інформаційному просторі⁵⁴ від 11 жовтня 2016р. не надає стратегічної візії щодо вибудови національного бренду України. Даний документ є радше констатацію відомих цілей з доволі не чіткими способами реалізації. Цей документ створений не навколо багатовимірної публічної дипломатії, куди могла б входити цифрова, а радше фокусується на побудові зовнішньо політичної спроможності держави. Єдине що можна виділити цінного в контексті дослідження це пункт про «забезпечення ефективного використання українських культурно інформаційних центрів за кордоном»⁵⁵ для поширення української мови та інших культурних інформаційних матеріалів, що стосуються України.

URL: <https://mfa.gov.ua/storage/app/sites/1/Стратегія/communication-strategy.pdf>.

⁵² МЗС України. КОМУНІКАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ МІНІСТЕРСТВА ЗАКОРДОННИХ СПРАВ УКРАЇНИ. URL: <https://mfa.gov.ua/storage/app/sites/1/Стратегія/communication-strategy.pdf>, с.11

⁵³ МЗС України. КОМУНІКАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ МІНІСТЕРСТВА ЗАКОРДОННИХ СПРАВ УКРАЇНИ. URL: <https://mfa.gov.ua/storage/app/sites/1/Стратегія/communication-strategy.pdf>, с. 14

⁵⁴ Про схвалення Концепції популяризації України у світі та просування інтересів України у світовому інформаційному просторі : Розпорядж. Каб. Міністрів України від 11.10.2016 № 739-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/739-2016-p#Text>

⁵⁵ Про схвалення Концепції популяризації України у світі та просування інтересів України у світовому інформаційному просторі : Розпорядж. Каб. Міністрів України від 11.10.2016 № 739-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/739-2016-p#Text>

Цифрова дипломатія найчастіше найбільш прямий доступ до першоджерела інформації від офіційних представників. Проте, як і будь-яка цифрова сфера це також можливість для маніпуляції фактами, громадською думкою та розповсюдження дезінформації. Саме тому варто також розглянути Указ Президента України «Про стратегію інформаційної безпеки». Хоча напряду політики щодо безпечного здійснення цифрової дипломатії немає, згадується термін стратегічних комунікацій. Вони необхідні для здійснення ефективної інформаційної політики. Їх визначають як скоординовані на належне використання комунікативних можливостей держави, себто публічної дипломатії та інших інструментів інформаційної політики для лобювання національних інтересів⁵⁶. Як згадувалося вище соціальні мережі одночасно можливість та загроза для цифрової дипломатії. У документі соціальні мережі визначаються одним з каналів впливу в інформаційному просторі⁵⁷. Також зазначається, що низький рівень медіа обізнаності негативно впливає зменшення кількості дезінформації та пропаганди, а навпаки її посилює⁵⁸.

Наступний документ який варто розглянути це Стратегія зовнішньополітичної діяльності України від 26 серпня 2021 р. (далі Стратегія) . Вона складається з таких розділів: загальні положення, аналіз зовнішнього середовища, виклики та загрози, цілі зовнішньополітичної діяльності, напрями зовнішньополітичної діяльності, інституційна спроможність та заключні положення⁵⁹. Документ є достатньо всеохопним адже тут розглядаються і аспекти інформаційної безпеки, і євро- та євроатлантична інтеграція, багатостороннє співробітництво та інші компоненти налагодження зовнішніх зв'язків. При цьому зберігається реалістичність та конкретність завдань та заходів для ліквідації визначених загроз. Саме в Стратегії присвячена належна увага публічній дипломатії, як ключовому інструменту формування позитивного іміджу України та боротьби з дезінформацією⁶⁰. Одним з важливих напрямів зовнішньополітичної діяльності визначено забезпечення захисту від загроз в інформаційній сфері, зокрема як частини убезпечення від гібридної інформаційної війни російської федерації⁶¹. Тож, як бачимо, незважаючи на прийняття у 2021 році, положення щодо інформаційної безпеки як частині протидії агресії з боку РФ досі актуальні.

⁵⁶ Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 15 жовтня 2021 року "Про Стратегію інформаційної безпеки" : УКАЗ ПРЕЗИДЕНТА УКРАЇНИ від 28.12.2021. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/6852021-41069>.

⁵⁷ Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 15 жовтня 2021 року "Про Стратегію інформаційної безпеки" : УКАЗ ПРЕЗИДЕНТА УКРАЇНИ від 28.12.2021. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/6852021-41069>.

⁵⁸ Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 15 жовтня 2021 року "Про Стратегію інформаційної безпеки" : УКАЗ ПРЕЗИДЕНТА УКРАЇНИ від 28.12.2021. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/6852021-41069>.

⁵⁹ Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 30 липня 2021 року "Про Стратегію зовнішньополітичної діяльності України" : Указ Президента України від 26.08.2021 № 448/2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/448/2021#Text>

⁶⁰ Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 30 липня 2021 року "Про Стратегію зовнішньополітичної діяльності України" : Указ Президента України від 26.08.2021 № 448/2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/448/2021#Text>

⁶¹ Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 30 липня 2021 року "Про Стратегію зовнішньополітичної діяльності України" : Указ Президента України від 26.08.2021 № 448/2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/448/2021#Text>

Водночас в рамках завдань публічної дипломатії згадується і про розбудову українського іміджу через державну установу «Український інститут»⁶², що попередньо згадувався. Справедливо знаходять своє відображення проблеми правового регулювання цифрової сфери в Україні. Тут однією з загроз для цифрової дипломатії є зловживання цифровими даними з метою завдання шкоди як окремим особам так і державам та міжнародним організаціям⁶³. В Україні наразі відсутні правові механізми які відповідальні суто за цифровий інформаційний простір. Це потенційно створює загрозу проникнення наслідків дезінформації, і що більш важливо, їхньому укоріненні та закріпленні у вітчизняному інформаційному просторі.

Головним комунікаційним інструментом цифрової дипломатії є соціальні мережі. Для успішної її реалізації важлива обізнаність у їхньому використанні. В контексті цього варто було б розглянути «Дипломатія соціальних мереж: Інструкція з користування» (далі Інструкція) від 26 листопада 2016 року⁶⁴. Це так званий скрипт використання соціальних мереж у вітчизняній дипломатії. У документі зазначені основні терміни комунікації у соціальних мережах. Зокрема надано визначення: цільової аудиторії, контенту, лідеру думок, троллю уявлення/сприйняття, хештегу, тегу, Twitter шторму та флешмобу. Наданий перелік є важливим для того аби коректно розуміти специфіку соціально мережевої активності. Проте, варто зазначити, що перелік не є достатньо вичерпним. Документ акцентує увагу на тому, що дипломат зобов'язаний активно використовувати соціальні мережі в своїх комунікаціях, аргументуючи, що лідери думок стають швидким та головними каналами передачі актуальної інформації⁶⁵. Другим аргументом на підтримку використання соціальних мереж визначають зсув охоплення цільової аудиторії дипломатії⁶⁶. Якщо раніше це були здебільшого еліти та певні суспільні ніші, то зараз ще й суб'єкти влади. Документ також підтримує тезу про доцільність використання цифрової дипломатії для формування іміджу України, зазначаючи забезпечення формування серед західної аудиторії необхідних уявлень про Україну як мету ведення соціальних сторінок⁶⁷. Документ закріплює роль цифрової дипломатії у формуванні належних образів, зосереджуючи увагу завданнях офіційних представників. Окрім поширення новин, в їхні обов'язки входить генерація цікавого та інтерактивного контенту для

⁶² Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 30 липня 2021 року "Про Стратегію зовнішньополітичної діяльності України": Указ Президента України від 26.08.2021 № 448/2021.
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/448/2021#Text>

⁶³ Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 30 липня 2021 року "Про Стратегію зовнішньополітичної діяльності України": Указ Президента України від 26.08.2021 № 448/2021.
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/448/2021#Text> (дата звернення: 14.05.2025).

⁶⁴ Дипломатія соціальних мереж (інструкція користувача). Міністерство закордонних справ України.
URL: <https://mfa.gov.ua/npas/diplomatiya-sotsialnikh-merezh-instruktsiya-koristuvacha>.

⁶⁵ Дипломатія соціальних мереж (інструкція користувача). Міністерство закордонних справ України.
URL: <https://mfa.gov.ua/npas/diplomatiya-sotsialnikh-merezh-instruktsiya-koristuvacha>.

⁶⁶ Дипломатія соціальних мереж (інструкція користувача). Міністерство закордонних справ України.
URL: <https://mfa.gov.ua/npas/diplomatiya-sotsialnikh-merezh-instruktsiya-koristuvacha>.

⁶⁷ Дипломатія соціальних мереж (інструкція користувача). Міністерство закордонних справ України.
URL: <https://mfa.gov.ua/npas/diplomatiya-sotsialnikh-merezh-instruktsiya-koristuvacha>.

зацікавлення користувачів⁶⁸. Важливою складовою Інструкції є диференціація використання соціальних мереж для орієнтації на різні аудиторії⁶⁹. Західна аудиторія більш залучена на Twitter, водночас як національна аудиторія та громадяни країн колишнього Радянського Союзу більше користується Facebook. У документі надаються рекомендації щодо контексту та форми контенту, закріплюючи фактично покрокові рекомендації ведення соціальних мереж офіційними представниками закордонної діяльності.

Оцінити змістовну наповненість документу можна позитивно, так як надається вичерпний перелік інструкцій щодо ведення і загального наповнення соціальних мереж з чітким визначенням їхньої кінцевої мети. Проте враховуючи застарілість документу, деякі напрями взаємодії з іноземною аудиторією визначені всупереч сучасним цілям та пріоритетам. Наприклад, в документі згадується російська соціальна мережа «Вконтакте»⁷⁰ як один з ефективних каналів комунікації з російською аудиторією, що наразі заборонена на території України.

2.2. Аналіз кейсів реалізації публічної політики в Україні за допомогою інструменту цифрової дипломатії

З 2019 року зі створенням Міністерства цифрової трансформації український кейс цифровізації став синонімічними до інноваційних та прогресивних змін в державі. Імплементуючи досвід Естонії та інших зарубіжних країн, Україна поступово зменшує кількість бар'єрів між громадянином, державою та світовою спільнотою. Завдяки створенню спеціального Міністерства, цифровізація стала одним з ключових питань вітчизняного порядку денного. Відповідно, це заклало початок до інтеграції цифрових технологій в інші державні структури та послуги. Очевидно, цифрова дипломатія, що реалізовується наразі в Україні є наочним підтвердженням цього. Завдяки прогресивним технологічним рішенням ми не тільки змінили канали ведення публічної дипломатії, але й перетворили образи символи з якими вона асоціюється за кордоном. Далі детально розглянемо кейси цифрової дипломатії України.

Цифрова дипломатія хоч і фактично зав'язана на віртуальній комунікації та соціальних мережах, але не обмежується цим. Сюди входять усі можливі способи взаємодії з аудиторією

⁶⁸ Дипломатія соціальних мереж (інструкція користувача). *Міністерство закордонних справ України*. URL: <https://mfa.gov.ua/npas/diplomatiya-sotsialnikh-merezh-instruktsiya-koristuvacha>

⁶⁹ Дипломатія соціальних мереж (інструкція користувача). *Міністерство закордонних справ України*. URL: <https://mfa.gov.ua/npas/diplomatiya-sotsialnikh-merezh-instruktsiya-koristuvacha>.

⁷⁰ Дипломатія соціальних мереж (інструкція користувача). *Міністерство закордонних справ України*. URL: <https://mfa.gov.ua/npas/diplomatiya-sotsialnikh-merezh-instruktsiya-koristuvacha>.

через цифрові рішення. Так, найбільш простий рівень цифрової дипломатії в Україні це сайти міністерств, зокрема Міністерства Закордонних Справ⁷¹. На сайті Міністерства окрім суто профільно-орієнтованої діяльності, також є категорія новин від МЗС, посольств та консульств, консульської служби, виступів, коментарів та заяв. Окрім цього також надається календар міжнародних подій в яких Україна прийматиме участь. Цікавим тут є також звітування про заплановані або завершені візити Міністра закордонних справ. На основі цього формується логічний висновок про те, що зараз доступність раніше конфіденційної інформації щодо зовнішньополітичних справ стає набагато більш розширеною. Щоправда, цифрова дипломатія не може забезпечити абсолютний доступ до усіх питань діяльності міністерства, але принаймні поступово та потроху стирає жорсткі межі між державною діяльністю та суспільством.

Зручним доповненням на сайті є також розділ корисна інформація для тих хто вимушено виїжджає за кордон⁷². Проаналізувавши наповнення розділу та інформацію в ньому, можна дійти висновку, що це такий собі спрощений формат онлайн консульської консультації. Так як на сайті не надається статистична інформація щодо того скільки людей задоволені сайтом або отримали позитивний досвід його використання складно справедливо визначити його ефективність. Загалом з початком повномасштабної війни у партнерстві з МЗС було створено багато проєктів. Одним з найбільш відомих, новітніх та масштабних це United24. United24 це офіційна фандрейзингова платформа України, що має на меті об'єднати людей та країни для допомоги Україні⁷³. Всередині платформи існує п'ять категорій для донатів: оборона, гуманітарне розмінування, медична допомога, відбудова України і освіта і наука. Кожен з зазначених напрямів має окремий рахунок до відповідного міністерства і таким чином прозоро та ефективно кошти надходять безпосередньо до міністерств⁷⁴. Проте цей проєкт цікавий не тільки завдяки своєму формату, але завдяки методам залучення. United24 відомий так званими амбасадорами: публічними особами, які використовують свою популярність для залучення більшої кількості коштів. Завдяки цьому проєкту Україні вдалося скомбінувати культурну та цифрову дипломатію. Як бачимо тут цифрова дипломатія виступає партнером реалізації культурної. Окрім західних представників різних сфер в переліку є багато українців. Наприклад: Олександр Зінченко, Андрій Шевченко, акторка українського походження Іванна Сахно, Олександр Усик та Еліна Світоліна. Присутність таких успішних особистостей вітчизняного походження дозволяє підкріплювати національний бренд України та формувати

⁷¹ Головна. Міністерство закордонних справ України. URL: <https://mfa.gov.ua>.

⁷² Головна. Міністерство закордонних справ України. URL: <https://mfa.gov.ua>.

⁷³ UNITED24 - Ініціатива Президента України. UNITED24 - The initiative of the President of Ukraine. URL: <https://u24.gov.ua/uk/about>.

⁷⁴ UNITED24 - Ініціатива Президента України. UNITED24 - The initiative of the President of Ukraine. URL: <https://u24.gov.ua/uk/about>.

позитивний імідж держави через світовий спортивний та творчий успіх її громадян. Ролики промоуці щодо відкриття зборів реалізовується через соціальні мережі. Тобто завдяки цифровим технологіям, через неформальних амбасадорів країни, Україна взаємодіє з західною аудиторією, себто підписниками. А розширення ефекту взаємодії з іноземцями реалізовується західними діячами з різних сфер. United24 можна визначити як канал мультизадачної взаємодії, якому вдалося перетворити лідерів думок на представників України. І не тільки вітчизняних, але і західних.

Вагомий внесок в розвиток української цифрової дипломатії - інтеграція штучного інтелекту в діяльність консульств. Так МЗС України вперше в світі створило цифрову особу, функція якої коментувати інформацію для ЗМІ з консульських питань⁷⁵. «Вікторія ШІ» виступає від імені консульської служби МЗС. Як зазначається її «робота полягатиме в донесенні до громадськості оперативної та перевіреної інформації консульського департаменту МЗС України»⁷⁶. Аналізуючи цей кейс, МЗС інтегрували технології для заощадження часу та ресурсів і стали першими в світі хто реалізував такий проект.

Окрім цього у 2024 році відбувся захід присвячений стратегічним комунікаціям та м'якій силі в Україні, а саме «Голос України. Стратегічні комунікації та м'яка сила». На цій події були проаналізовані досвід 2024 року у сфері зовнішньої політичної комунікації, а також окреслені виклики і потенційні можливості у 2025 році. Зокрема, зазначається, що «ключовими напрямками комунікації МЗС у 2024 році стали реалізація комунікаційних проектів і компаній, робота з новими аудиторіями та цифрова дипломатія і креативні рішення»⁷⁷. Також учасники заходу погодилися на тому, що задля захисту від російської дезінформації необхідно використовувати інноваційні методи комунікації⁷⁸.

За ініціативи колишнього Міністра закордонних справ Дмитра Кулеба також було створено потужний канал цифрової дипломатії, який також охоплює воєнну дипломатію, а саме ресурс «Wartime Diplomacy». На час звернення до ресурсу безпосередньо посилання на нього не було доступним, але за даними офіційної сторінки МЗС ресурс «розповідає про українську воєнну дипломатію під час повномасштабної російської агресії та підбиває підсумки двох років роботи дипломатії задля зміцнення України залучення міжнародної підтримки для наших воїнів відкриття нових горизонтів освіти для нашої держави бізнесу та

⁷⁵ МЗС України призначило цифрову особу для інформування щодо консульських питань. *Міністерство закордонних справ України*. URL: <https://mfa.gov.ua/news/mzs-ukrayini-priznachilo-cifrovu-osobu-dlya-informuvannya-shchodo-konsulskih-pitan>.

⁷⁶ МЗС України призначило цифрову особу для інформування щодо консульських питань. *Міністерство закордонних справ України*. URL: <https://mfa.gov.ua/news/mzs-ukrayini-priznachilo-cifrovu-osobu-dlya-informuvannya-shchodo-konsulskih-pitan>.

⁷⁷ У МЗС відбулася підсумкова річна подія «Голос України. Стратегічні комунікації та м'яка сила». *Міністерство закордонних справ України*. URL: <https://mfa.gov.ua/news/u-mzs-vidbulasya-pidsumkova-richna-podiya-golos-ukrayini-strategichni-komunikaciyi-ta-myaka-sila>.

⁷⁸ У МЗС відбулася підсумкова річна подія «Голос України. Стратегічні комунікації та м'яка сила». *Міністерство закордонних справ України*. URL: <https://mfa.gov.ua/news/u-mzs-vidbulasya-pidsumkova-richna-podiya-golos-ukrayini-strategichni-komunikaciyi-ta-myaka-sila>.

громадян»⁷⁹. Така ініціатива є корисною для того, аби вибудувати більше довіри з іноземною аудиторією, надаючи доступ до офіційних джерел інформації і попереджаючи будь-яку спекуляцію даними з боку росії.

Brand Ukraine інструмент цифрової дипломатії створений у партнерстві з МЗС для формування національного бренду України і покращення її іміджу у світі. Окрім офіційного веб-сайту, організація має сторінки в соціальних мережах: Instagram (631 підписник), Facebook та інші. Як зазначається на офіційній сторінці, місія Brand Ukraine комунікувати про Україну так, щоб зацікавлювати максимально різноманітну аудиторію з усього світу посилання⁸⁰. В рамках проекту даного проекту було запущено Ukraine.ua, фактично офіційну сторінку України. Ця ініціатива орієнтована суто на зарубіжну аудиторію враховуючи перелік наявних мов на сайті. Цей проект також представлений у соціальних мережах: Tik Tok (1,3 мільйона підписників), Instagram (1 мільйон підписників), Facebook, X (9 тис. 303 підписників), YouTube та інші. Враховуючи кількість підписників в домінуючих соціальних мережах Ukraine.ua демонструє свою ефективність. «Зараз регулярна аудиторія платформ Ukraine.ua – близько 2,5 мільйона людей з усього світу, а у 2022 році охоплення екосистеми перевищило 1 мільярд цифрових контактів»⁸¹.

⁷⁹ МЗС створило сторінку про воєнну дипломатію «Wartime Diplomacy». *Міністерство закордонних справ України*. URL: <https://zakordonniukrainci.mfa.gov.ua/news/mzs-stvorilo-storinku-pro-voynnu-diplomatiyu-wartime-diplomacy>.

⁸⁰ Про нас - Brand Ukraine. *Наша місія – зробити Україну lovemark для всього світу - Brand Ukraine*. URL: <https://brandukraine.org.ua/uk/about-us/>.

⁸¹ Спалек М. М'яка сила України. Як Brand Ukraine розвиває національний бренд. *ms.detector.media*. URL: <https://ms.detector.media/sotsmerezhi/post/31797/2023-04-28-myaka-syla-ukrainy-yak-brand-ukraine-rozvyvaie-natsionalnyy-brend/>.

Висновки до розділу 2

На основі наведеного фактажу у першому розділі стосовно застосування цифрової дипломатії для формування іміджу України можна констатувати такі висновки:

По-перше було досліджено поточний стан нормативно-правової бази що стосується ведення цифрової дипломатії на державному рівні. Відповідно було встановлено що на стратегічному рівні цифрова дипломатія як така не закріплена.

Враховуючи компетенцію МЗС з зовнішньополітичних питань і проаналізувавши відповідні проекти та ініціативи можна стверджувати, що наразі цифрова дипломатія активно використовується для формування українського іміджу. Завдяки таким платформам як United24 та великим охопленням офіційної сторінки України в соціальних мережах Ukraine.ua здійснюється ефективна цілеспрямована і якісна стратегічна комунікація з західною аудиторією. Ці та інші ініціативи розповідають світові про Україну, надають користувачам офіційні першоджерела інформації і тим самим сприяють утриманню інтересу до нашої держави.

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОЇ ДИПЛОМАТІЇ В УКРАЇНІ

3.1. Виклики та перспективи реалізації публічної для розбудови іміджу України в світі за допомогою інструменту цифрової дипломатії з використанням SWOT аналізу

Для оцінки викликів та перспектив розвитку цифрової дипломатії у вітчизняному просторі необхідно всебічно та об'єктивно проаналізувати поточний та ймовірний стан даної сфери. Найбільш ефективним інструментом для цього є SWOT аналіз, що поєднує в собі дослідження сильних слабких сторін можливостей та потенційних загроз.

Таблиця 3.1

Сильні сторони	Слабкі сторони	Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> – Розвинутий ІТ-сектор – Високий рівень цифрової залученості аудиторії – Позитивний український наратив в західному інформаційному просторі – Активне використання цифрової дипломатії 	<ul style="list-style-type: none"> – Відсутність стратегічного позиціонування цифрової дипломатії в архітектурі зовнішньої політики – Фрагментована комунікація в соціальних мережах – Недостатня інституціоналізація цифрової дипломатії – Відсутність правового механізму притягнення до відповідальності за кіберзлочини 	<ul style="list-style-type: none"> – Розвиток цифрових форматів інституціоналізованої міжнародної присутності – Формування кіберкоаліцій в інформаційному просторі – Використання великих даних (big data) для збору та аналізу цифрових даних – Створення інфраструктури цифрової солідарності з партнерами 	<ul style="list-style-type: none"> – Кібер та інформаційні атаки з боку РФ або інших політичних антагоністів – Втрата довіри до офіційних представників України – Порушення цифрової етики заради дискредитації України за

			ДОПОМОГО Ю ШІ – Втома від українсько го наративу
--	--	--	---

Джерело: складено автором

Сильні сторони:

Сильні сторони визначають можливості майбутнього та реалістичність його втілення. Ми впевнено рухаємося до лідера цифровізації, і хоча багато секторів ще не зазнали цифрової трансформації, Україна закріплює за собою образ прогресивної, технологічної та ІТ кваліфікованої держави. За даними звіту щодо сприйняття України у 2024 році від BRAND UKRAINE⁸², Україна показала високі результати у сферах, що стосуються інновацій, посівши 34-те місце за рівнем знань і технологічних результатів. Також високо оцінився людський капітал і тут країна посіла 54 місце, що підтверджує конкурентоспроможність українських фахівців⁸³.

Потужний арсенал ІТ фахівців та продуктів на кшталт «Дія» та її дочірні проекти створюють фундамент для розробки власних інструментів цифрової дипломатії, що дозволить швидко вирішувати кризові ситуації конкретними рішеннями. Україна, зокрема з початком повномасштабної війни в 2022 році, завдяки зусиллям цифрової дипломатії активізувала свою присутність на порядку денному у закордонному інформаційному просторі. Хоча і прослідковується певна тенденція на зниження, тематика України все одно утримує статус ключової. Зокрема у 2023 році показник щодо підтримки України становив 32%, а у 2024 знизився до 21 %⁸⁴.

З вторгненням росії у 2022 році пошукові запити в Google серед світової аудиторії до України були більшими за попередній у 7 разів⁸⁵. «У 2014 році, коли Росія напала на Україну, Google Trend score за запитом «Україна» складав 13 балів, а в лютому 2022 — 100 балів»⁸⁶. Активна вокалізація ситуації в Україні з боку Президента України та інших офіційних представників через соціальні мережі зробила внесок у залучення підтримкою західної

⁸²Brand Ukraine. ЗВІТ ПРО СПРИЙНЯТТЯ УКРАЇНИ У СВІТІ 2024. 2025.
 URL: https://brandukraine.org.ua/documents/184/web_Звіт_про_сприйняття_України_2024-стиснуто_1.pdf.

⁸³Brand Ukraine. ЗВІТ ПРО СПРИЙНЯТТЯ УКРАЇНИ У СВІТІ 2024. 2025.
 URL: https://brandukraine.org.ua/documents/184/web_Звіт_про_сприйняття_України_2024-стиснуто_1.pdf, с.45

⁸⁴Brand Ukraine. ЗВІТ ПРО СПРИЙНЯТТЯ УКРАЇНИ У СВІТІ 2024. 2025.
 URL: https://brandukraine.org.ua/documents/184/web_Звіт_про_сприйняття_України_2024-стиснуто_1.pdf, с. 12

⁸⁵Brand Ukraine. ЗВІТ ПРО СПРИЙНЯТТЯ УКРАЇНИ У СВІТІ 2024. 2025.
 URL: https://brandukraine.org.ua/documents/184/web_Звіт_про_сприйняття_України_2024-стиснуто_1.pdf, с.16

⁸⁶Brand Ukraine. ЗВІТ ПРО СПРИЙНЯТТЯ УКРАЇНИ У СВІТІ 2024. 2025.
 URL: https://brandukraine.org.ua/documents/184/web_Звіт_про_сприйняття_України_2024-стиснуто_1.pdf, с.16

аудиторії. Завдяки інструментам цифрової дипломатії, інформаційно ця війна поширилася по всьому світу, а не залишилася в межах географічного розташування країни. Такі результати - свідчення того що цифрова дипломатія активно реалізовується та є ключовим каналом комунікації з західною аудиторією.

Слабкі сторони:

Слабкі сторони поступово можуть перетворитися на загрози. Серед викликів що існують наразі в сфері цифрової дипломатії в Україні основною проблемою є відсутність стратегічного позиціонування цифрової дипломатії як окремого елементу зовнішньої політики України. Звідси також витікає проблема відсутності інституціоналізації, що фактично ніяк не закріплює цифрову дипломатію на законодавчому рівні і не надає інструментів регулювання. За таких умов ми не можемо гарантувати винесення цифрової дипломатії на порядок денний державної політики. Звідси походить інша проблема, а саме фрагментована комунікація в соціальних мережах від імені офіційних представників: несвоєчасна, нерегулярна, більше орієнтована на національну аудиторію аніж на західну.

Можливості:

Розвиток цифрових форматів інституціалізованої міжнародної присутності, зокрема використання ШІ в аналітиці може активно застосовуватися для аналізу настроїв іноземної аудиторії. У дипломатичному дискурсі це називають соціальним слуханням (social listening), тобто сприйняття України в різних куточках світу. Також можлива інтеграція ШІ для виявлення фейкових кампаній або дезінформаційних атак. Створення інфраструктури цифрової солідарності з партнерами це організація сталих, чітко інституціалізованих онлайн інструментів або платформ, які об'єднують українців за кордоном для підтримки зовнішньої політики України. Тут якраз мова йде про так званих неформальних дипломатів, лідерів думок, які за допомогою інформаційно просвітницької діяльності роблять свій внесок в формування українського нарративу за кордоном. Це не тільки потужний майданчик для лобювання інтересів, а також інструмент репрезентації для внутрішніх або зовнішніх представників. Формування кібер-коаліцій не лише аспект самозахисту, але й технічної кібербезпеки глобального інформаційного простору. Це також про створення, на нових рівнях міжурядової взаємодії, довгострокових зовнішньополітичних партнерств, в яких Україна матиме можливість виступати не об'єктом, а суб'єктом формування нової цифрової геополітики.

Загрози:

Кібербезпека є ключовим викликом, оскільки офіційні облікові записи вразливі до злону та атак. Це може призвести до дипломатичних криз, які часто важко відстежити в моменті та викрити винних. Крім того, необережні публікації в соціальних мережах можуть ненавмисно створювати міжнародну напруженість. Цей фактор підкреслює необхідність

обережності та навчання цифрової етики. У випадку цифрової дипломатії, головним інструментом якої є комунікація, це додаткова можливість організації інформаційних атак з боку антагоністів політичного світу або очевидних суперників. Інформація — зброя ХХІ століття, яка є найлегшим способом дискредитації та поширення хаосу всередині країни. Штучний інтелект має подвійний стандарт як інноваційної так і деструктивної сили, тим самим створюючи загрозу порушення цифрової етики за допомогою відповідних інструментів такі як діпфейки, підроблені аудіозаписи, сфальсифіковані фейкові документи, листи або масова генерація інших фейкових інформаційних матеріалів. Так, загроза з боку західної аудиторії втрати довіри до офіційних представників українського політичного життя стає не гіпотетичною, а цілком реальною. Така ідеологічна сегментація суспільних настроїв в подальшому впливає на офіційний рівень прийняття рішень, і відповідно впливає на подальші кроки в рамках існуючих партнерств України.

На основі проведеного аналізу можна констатувати низку висновків. По-перше, Україна має унікальну можливість бути лідером в цифровій дипломатії серед демократичних держав. Зважаючи не лише на технологічну спроможність (capacity), але й морально легітимність та комунікаційні проекти на кшталт United24, Україна може стати гарантом цифрової дипломатії з фокусом на безпеку, прозорість та лобювання демократичних цінностей. По-друге, перешкодою для таких амбітних цілей є відсутність інституціоналізації. Наразі відсутня єдина стратегічна візія для цифрової дипломатії, а також не налагоджена міжвідомча координація серед міністерств та інших державних органів. Без інституційного вкорінення в систему державного регулювання цифрова дипломатія залишатиметься радше привілегією, а не постійною практикою. По-третє, Україна наочно демонструє та підтверджує тези про те, що цифрова дипломатія це ефективний інструмент просування національних інтересів та формування бренду країни. Себто цифрові канали, а саме соціальні мережі, не слід сприймати лише як спосіб комунікації. Зараз це інструмент впливу та формування громадської думки. Окрім цього цифрова дипломатія створює так званих неформальних лідерів думок, які не є офіційними учасниками системи міжнародних відносин та міжнародної комунікації, але які допомагають у просуванні та поширенні потрібних наративів.

Відсутність нормативно-правового регулювання як у сфері цифрової дипломатії так і у сфері протидії кібер атакам та загрозам одночасно можна розцінювати як слабку сторону так і можливість. Не маючи фактично жодних обмежень правових у цій сфері Україна може встановити стандарти цифрової етики та безпеки. Враховуючи часткову інтеграцію штучного інтелекту у дипломатію та публічну дипломатію, реалістично розробити низку актів або законів які опікувалися б цією сферою. Також цифрова дипломатія має потенціал збільшити присутність України в південних регіонах. Так як традиційні канали комунікації та зовнішньої

політики найбільш активні серед заходу, можливе охоплення країн Латинської Америки та Південно-східної Азії компенсуючи при цьому людські або інституційні ресурси. У SWOT аналізі Стратегії публічної дипломатії МЗС України на 2021–2025 роки, незважаючи на непередбачуваність повномасштабної війни, було враховано стереотипні уявлення про Україну. І все ж незважаючи на успішні зміни парадигми образу України, які прийшли під час війни, сприйняття України через її слабкі сторони все ще зберігається.

3.2. Рекомендації щодо формування та реалізації публічної політики для розбудови іміджу України в світі за допомогою інструменту цифрової дипломатії

Повномасштабне вторгнення стало каталізатором та індикатором сильних та слабких сторін України. Найбільший краш-тест для державної діяльності України пройшла дипломатія. Як було доведено у ході дослідження, окрім стратегічної міждержавної дипломатії, Україна активно фокусується та застосовує публічну дипломатію. За допомогою цього переважна більшість західної аудиторії сформувала уявлення про Україну як про країну сміливих людей, прогресивну державу і державу, яка прагне миру. Ці потужні наративи витісняють спроби російського агресора лобіювати власні тлумачення реальності. Вочевидь потреба у подальшій публічній дипломатії для відбудови та відновленні України, залучення інвестицій, як у матеріальному контексті, так і в контексті людського капіталу буде необхідною для розвитку нашої держави. Цифрова дипломатія синхронно з новими цифровими технологіями використовуватиметься для здійснення публічної комунікації та взаємодією з закордонними аудиторіями. З урахуванням цього аспекту більше зусиль має бути спрямовано на підвищення привабливості України. «Публічна дипломатія дає змогу Україні зміцнювати власну суб'єктність у міжнародних відносинах водночас акумулюючи ресурси підтримки успішного спротиву російській військовій агресії та подальшого розвитку відновлення»⁸⁷.

Перше, що необхідно зробити інституційно внести цифрову дипломатію в державний порядок денний. Наразі цифрова дипломатія реалізується недостатньо однорідно та цілісно, без відповідних стратегій і бюджетів. Фіксованість цифрової дипломатії на офіційному рівні сприятиме розвитку публічної дипломатії через цифрові платформи свідомим чином. Окрім цього, розраховуватимуться ресурси цифровізації саме на цю сферу для подальшого аналізу цифрових нарративів про Україну. По-друге, для створення чіткої візі і також посилення

⁸⁷ Kravchuk N., Lutsyshyn O., Androshchuk D. Public Diplomacy as a Strategic Imperative for Strengthening State Competitiveness in the Context of World Order Transformation. *Empirio*. 2025. Vol. 2, no. 1. P. 78–91. URL: <https://doi.org/10.18523/3041-1718.2025.2.1.78-91>(date of access: 14.05.2025)., с. 86

реального, а не опосередкованого необхідно розробити національну стратегію здійснення цифрової дипломатії. В рамках Стратегії в подальшому буде зрозумілий вектор її розвитку та пріоритетні напрямки взаємодії та модернізації, стратегічне та послідовне використання та розподілу ресурсів. Далі важливо розробити протоколи на випадок кризових ситуацій в інформаційному просторі, так як загроза дезінформації та поширенню фейків зберігається завжди. Для вибудови міцних зв'язків з західними користувачами, вони мають бути мінімізовані та максимально попереджені. У 2015 році було створено групу при національній раді реформ щодо просування інтересів України у світі, але через не регулярні зустрічі того ж року група була закрита⁸⁸. Для повоєнного відновлення єдності у баченні нової України базис, а не поодинокі практика. Тому необхідно відновити групові зустрічі, на яких, в тому числі, з урахуванням цілей і завдань та інших аспектів вимірюваної конкретики Стратегії, перед кожним міністерство були б сформовані чіткі завдання щодо внеску в розбудову іміджу України. Продовжуючи тематику згуртованості державних органів, важливо підвищувати обов'язковість видимості українських міністрів та дипломатів, і з урахуванням вектору цієї комунікації на іноземців усі сторінки в соціальних мережах мають дублюватися іноземною мовою.

Важливо не тільки впроваджувати системні зміни, але й продовжувати і ефективно використовувати наявні ініціативи. Несправедливо стверджувати, що дана сфера станом на зараз не пропонує можливостей для розвитку. Варто звернути увагу і на певні успіхи в формуванні культури цифрового розвитку вітчизняної публічної дипломатії. Зокрема, забезпечення відповідної професійної відповідності майбутніх або поточних співробітників МЗС формує необхідну компетенцію фактично за замовчуванням. Дипломатична академія України пропонує низку курсів і зокрема найбільш актуальний в контексті дослідження курс «Кібердипломатія та цифрова політика»⁸⁹.

Як було неодноразово наголошено, однією з особливостей цифрової дипломатії є формування неформальних «дипломатів», себто лідерів думок, що інтерактивно взаємодіють з аудиторією в просвітницькому форматі задля просування нарративу України. Перспективною сферою розвитку в подальшому є залучення молоді: учнів старших класів школи, студентів, молодих активістів та інших людей з активною громадською позицією. Залучення людей віком від 16 до 25 років стане процесом взаємного обміну досвідом та розвитку цифрової дипломатії. З одного боку для МЗС це буде додатковим ресурсом якісного людського капіталу, і партнером у створенні більш прогресивних та актуальних стажувань, курсів, проектів з

⁸⁸ Попова Т. Репутація України у світі. Необхідно покращувати імідж держави. *Radio Свобода*. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/29107381.html>.

⁸⁹ Данілін О. Цифрова дипломатія МЗС України: сучасність та перспективи: Магістерська робота. Київ, 2023. URL: <https://er.nau.edu.ua/server/api/core/bitstreams/78222d26-5c7d-4b36-b50e-6952cca75b72/content>., с. 65

цифрової дипломатії . Окрім цього, інкорпоруючи в порядок денний необхідність у підвищенні впізнаваності України, молодь формуватиме креативний, емоційно резонуючий до глобальної аудиторії наратив про Україну , що не просто існуватиме, а конкуруватиме у цифровому інформаційному середовищі і підвищуватиме позитивний імідж держави.

Для зміни парадигми її сприйняття важливо:

- По-перше, якщо говоримо про існуючі можливості для молоді це стажування. «Одним з можливих місць проходження стажування, відповідно до розміщення на сайті інформації є Департамент публічної дипломатії та комунікації»⁹⁰. Тут рекомендовано відкоригувати контекст проходження практики для молодих спеціалістів , надати можливість втілення власних проєктів в контексті цифрової дипломатії з сучасними підходами. З урахуванням сформованої цифрової обізнаності молоді, прогнозується, що проєкти втілюватимуться більш інноваційно, креативно, нестандартно та актуально, згідно з поточним станом інформаційного простору. Важливо викликати інтерес відповідної вікової категорії за кордоном. Таким чином за допомогою розширення та модернізації існуючого формату, вдасться вибудувати контакт, що резонуватиме з західною молоддю, яка так само є рушієм змін та формування думки в своєму суспільстві.
- По-друге, якщо говоримо про майбутнє створення абсолютно нових ініціатив, сфокусуватися на іміджевих проєктах створених у співпраці з МЗС, наприклад Brand Ukraine або Ukraine.ua. Для формування додаткових можливостей, з доцільним фінансуванням та розширенням, у кооперації з даними проєктами наявна потужна репутаційна та ресурсна база. Відповідно, це створює перспективу зросту для молодих та амбітних фахівців, які сміливо, креативно та нестандартно просуватимуть Україну в цифровому інформаційному просторі.

Очевидним є те, що цифрова дипломатія має великий потенціал розвитку в Україні. Це перспективна сфера, яка може і має залучати якомога більше якісних людських та фінансових ресурсів. І вона має набагато більший потенціал, ніж просте використання соціальних мереж або багатофункціональних сайтів. Можливі набагато більш глобальні зміни за досвідом наприклад Данії, але для цього потрібен так званий підриг системи, як однією зі складових трансформації. Проте, важливе формування нової політичної культури агітації змін. Штучне насадження реформ на систему, в якій відсутня політична воля і прагнення до інноваторських

⁹⁰ Данілін О. Цифрова дипломатія МЗС України: сучасність та перспективи : Магістерська робота. Київ, 2023. URL: <https://er.nau.edu.ua/server/api/core/bitstreams/78222d26-5c7d-4b36-b50e-6952cca75b72/content>. , с. 66

рішень безрезультатне.

Висновки до розділу 3

Третій розділ на відміну від першого та другого має найбільш прикладний та практичний характер. У першій частині третього розділу проаналізовано виклики у використанні цифрової дипломатії в Україні з використанням методики SWOT аналізу. Такий метод дозволив провести всеохоплююче дослідження поточного стану та прогнозування майбутніх можливостей з урахуванням загроз та слабких сторін, які в подальшому варто ліквідувати. Найбільшою проблемою визначено відсутність стратегічної візії та інституціолізованої присутності в сфері державної політики України. У другій частині третього розділу запропоновано практичні рекомендації щодо подальшої реалізації цифрової дипломатії в Україні. Поради сформовані з метою ліквідації недоліків станом на зараз. Зокрема : подальша розробка національної стратегії цифрової дипломатії та інституційне її закріплення на офіційному рівні.

Також наголошено на важливості міжвідомчої координації українських органів влади. З урахуванням наявних успіхів інтеграції штучного інтелекту Міністерством Закордонних Справ України рекомендується його подальше використання в більш розширеному форматі.

ВИСНОВКИ

- 1) У кваліфікаційні роботі було розкрито поняття цифрової дипломатії як однієї із складових публічної та інструменту формування міжнародного іміджу серед країн. З'ясовано, що цифрова дипломатія це одна з форм якої сили, яка використовує цифрові технології для публічної комунікації з іноземними аудиторіями. Визначено, що даний тип дипломатії як один з вимірів публічної, займається формуванням національного брендингу країн. Окрім цього визначено співвідношення терміну національного бренду та іміджу країни. На прикладах світового досвіду США, Данії та ОАЕ продемонстровано як негативні, так і позитивні наслідки відповідно використання цифрової дипломатії для іміджу обраних кейсів.
- 2) Досліджено вітчизняну нормативно-правову базу, що стосується реалізації публічної політики через інструменти цифрової дипломатії. Встановлено, що національне законодавство, незважаючи на значну кількість нормативних документів у цій сфері, частково поки враховує та нейтралізує сучасні виклики у сфері стратегічних цифрових комунікацій. Відповідно відсутність чіткого визначення поняття цифрової дипломатії у таких документах як *Конституція України; Закон України «Про дипломатичну службу»; Віденська конвенція про дипломатичні зносини; Віденська конвенція про консульські зносини; Закон України «Про засади зовнішньої та внутрішньої політики»; Положення про Міністерство закордонних справ; Комунікаційна стратегія МЗС України; Концепція популяризації України у світі та просування її інтересів у світовому інформаційному просторі; Указ Президента України «Про Стратегію інформаційної безпеки»* ускладнює повноцінне інституційне закріплення відповідної політики. Водночас найбільш вичерпним документом виявлено Стратегію публічної дипломатії МЗС України на 2021-2025 роки, що надає чітке тлумачення цифрової дипломатії. Це надає підстави для прогнозування зростаючого потенціалу щодо подальшого комплексного використання цифрової дипломатії.
- 3) В рамках дослідження поточного стану та реалізації публічної політики через інструмент цифрової дипломатії в Україні проаналізовано практичні кейси України. Зокрема, фандрейзингова платформа United24, сайти та соціальні мережі Ukraine.ua, проекти МЗС на кшталт «Вікторія III» та інші ініціативи від МЗС, а саме захід «Голос України. Стратегічні комунікації та м'яка сила» та ресурс про дипломатію воєнного часу «Wartime Diplomacy». Продемонстровано, що зазначені приклади — поточні індикатори ефективного застосування наявних ресурсів для просування позитивного іміджу в Україні.
- 4) Для аналізу подальших перспектив реалізації публічної політики для розбудови іміджу

України з використанням інструментів цифрової дипломатії було використана SWOT аналіз. Наявні сильні сторони спрощуватимуть безперервне впровадження можливостей. До них віднесено розвиненість ІТ сектору, високий рівень цифрової грамотності населення та позитивний український наратив в західному інформаційному просторі. Фрагментованість комунікацій, відсутність стратегії розвитку та правова неврегульованість — усе це слабкі сторони, які в майбутньому мають потенціал гальмувати позитивні зміни та зменшувати стійкість до загроз.

- 5) На основі проведеного теоретичного та практичного аналізу, запропоновано рекомендації щодо майбутніх можливостей розвитку цифрової дипломатії в Україні в умовах повоєнного відновлення. Першочерговою є потреба у розробці окремої стратегії цифрової дипломатії як складової основної зовнішньополітичної діяльності України. Так само запропоновано вдосконалити нормативно-правову базу в рамках якої надавалося б чітке визначення даного поняття. В подальшому це відкриває можливість закріплення її інструментів на законодавчому рівні. З урахуванням розвитку цифрових технологій в Україні рекомендується подальше їх використання, зокрема штучний інтелект в більш розширеному форматі, наприклад для аналізу настроїв західної аудиторії, збору великих даних для відповідних досліджень або оцінки ефективності комунікації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. БАЛАБАНОВ К., ТРОФИМЕНКО М. Структура публічної дипломатії США. *Україна Дипломатична = Diplomatic Ukraine*. 2014. № 15. С. 709–719. URL: <https://repository.mu.edu.ua/jspui/handle/123456789/529>.
2. Головна. *Міністерство закордонних справ України*. URL: <https://mfa.gov.ua>.
3. Данілін О. Цифрова дипломатія МЗС України: сучасність та перспективи : Магістерська робота. Київ, 2023. URL: <https://er.nau.edu.ua/server/api/core/bitstreams/78222d26-5c7d-4b36-b50e-6952cca75b72/content>.
4. Дипломатія соціальних мереж (інструкція користувача). *Міністерство закордонних справ України*. URL: <https://mfa.gov.ua/npas/diplomatiya-sotsialnikh-merezh-instruktsiya-koristuvacha>.
5. Конституція України : від 28.06.1996 № 254к/96-ВР : станом на 1 січ. 2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр#Text>(дата звернення: 10.03.2025)
6. Кулеба Д., Джапарова Е. СТРАТЕГІЯ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ МІНІСТЕРСТВА ЗАКОРДОННИХ СПРАВ УКРАЇНИ НА 2021-2025 РОКИ. 2021. URL: <https://mfa.gov.ua/storage/app/sites/1/Стратегii/public-diplomacy-strategy.pdf>
7. МЗС створило сторінку про воєнну дипломатію «Wartime Diplomacy». *Міністерство закордонних справ України*. URL: <https://zakordonniukrainci.mfa.gov.ua/news/mzs-stvorilo-storinku-pro-voeyennu-diplomatiyu-wartime-diplomacy>.
8. МЗС України призначило цифрову особу для інформування щодо консульських питань. *Міністерство закордонних справ України*. URL: <https://mfa.gov.ua/news/mzs-ukrayini-priznachilo-cifrovu-osobu-dlya-informuvannya-shchodo-konsulskih-pitan>.
9. МЗС України. КОМУНІКАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ МІНІСТЕРСТВА ЗАКОРДОННИХ СПРАВ УКРАЇНИ. URL: <https://mfa.gov.ua/storage/app/sites/1/Стратегii/communication-strategy.pdf>.
10. ПАЛЄЄВА Ю. ГЕНЕЗИС ПОНЯТТЯ «ДИПЛОМАТІЯ». *ВІСНИК УНІВЕРСИТЕТУ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ. серія «ПРАВО»*. 2021. С. 109-112. URL: <https://law.duan.edu.ua/images/PDF/2021/2/14.pdf>
11. Попова Т. Репутація України у світі. Необхідно покращувати імідж держави. *Радіо Свобода*. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/29107381.html>.
12. Про дипломатичну службу : Закон України від 07.06.2018 № 2449-VIII : станом на 15 листоп. 2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2449-19#Text>(дата звернення: 10.03.2025).
13. Про засади внутрішньої і зовнішньої політики : Закон України від 01.07.2010 № 2411-VI : станом на 2 трав. 2025 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2411-17#Text>(дата звернення: 10.03.2025).
14. Про затвердження Положення про Міністерство закордонних справ України : Постанова Каб. Міністрів України від 30.03.2016 № 281 : станом на 24 серп. 2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/281-2016-п#Text>(дата звернення: 10.03.2025)
15. Про нас - Brand Ukraine. *Наша місія – зробити Україну lovemark для всього світу - Brand Ukraine*. URL: <https://brandukraine.org.ua/uk/about-us/>.
16. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 15 жовтня 2021 року "Про Стратегію інформаційної безпеки" : УКАЗ ПРЕЗИДЕНТА УКРАЇНИ від 28.12.2021. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/6852021-41069>.
17. Про схвалення Концепції популяризації України у світі та просування інтересів України у світовому інформаційному просторі : Розпорядж. Каб. Міністрів України від 11.10.2016 № 739-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/739-2016-р#Text>(дата звернення: 03.04.2025)
18. Сивак Т. Публічна дипломатія як інтеграційний компонент стратегічних комунікацій у публічному управлінні. *Право і державне управління*. 2019. Т. 3, № 2. С. 98–104.

URL: <https://doi.org/10.32840/pdu.3-2.15>(дата звернення: 05.04.2025)

19. Слісаренко І. Теорія і практика «м'якої сили» в міжнародних відносинах. *ОСВІТА РЕГІОНУ № 1-2*. 2008. URL: <https://social-science.uu.edu.ua/article/24>.

20. Спалек М. М'яка сила України. Як Brand Ukraine розвиває національний бренд. *ms.detector.media*. URL: <https://ms.detector.media/sotsmerezhi/post/31797/2023-04-28-myaka-syla-ukrainy-yak-brand-ukraine-rozvyvaie-natsionalnyy-brend/>.

21. Трофименко М. *eIR MSU: Головна сторінка*. URL: https://repository.mu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/4199/1/nova%20lek_2015_41_9.pdf(дата звернення: 10.01.2025)

22. У МЗС відбулася підсумкова річна подія «Голос України. Стратегічні комунікації та м'яка сила». *Міністерство закордонних справ України*. URL: <https://mfa.gov.ua/news/u-mzs-vidbulasya-pidsumkova-richna-podiya-golos-ukrayini-strategichni-komunikaciyi-ta-myaka-sila>.

23. Чинне законодавство. *Міністерство закордонних справ України*. URL: <https://mfa.gov.ua/pro-ministerstvo/oficijni-dokumenti/normativno-pravovi-akti>.

24. Biletska, O. Culture as a Nation Branding Tool within the International Interaction System. *Culture and Arts in the Modern World*. 2021. С. 22-33. URL: <https://doi.org/10.31866/2410-1915.22.2021.235887>

25. Brand Ukraine. ЗВІТ ПРО СПРИЙНЯТТЯ УКРАЇНИ У СВІТІ 2024. 2025. URL: https://brandukraine.org.ua/documents/184/web_Звіт_про_сприйняття_України_2024-стиснуто_1.pdf.

26. Brown R. The Four Paradigms of Public Diplomacy: Building a Framework for Comparative Government External Communications Research. San Diego. Leeds, 2012. P. 1–19. URL: <https://pdnetworks.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/04/isa-2012-v4.pdf>.

27. Cultural and Digital Diplomacy initiative launched. *WAM*. URL: <https://www.wam.ae/en/article/hszr6o2p-cultural-and-digital-diplomacy-initiative>(date of access: 05.02.2025)

28. Desmarais A. 'Techplomacy': Meet the Danish diplomat leading Europe's efforts to influence Silicon Valley. *euronews*. URL: <https://www.euronews.com/next/2024/03/23/meet-a-european-diplomat-working-to-get-tech-companies-on-the-right-side-of-history>(date of access: 20.04.2025)

29. Desurmont J.-M. The UAE's technology diplomacy balancing act – Bloomsbury Intelligence and Security Institute (BISI). *Bloomsbury Intelligence & Security Institute (BISI)*. URL: <https://bisi.org.uk/reports/the-uaes-technology-diplomacy-balancing-act>(date of access: 20.04.2025)

30. Freeman C. W., Marks S. Diplomacy | Definition, Meaning, Types, & Examples | Britannica. *Encyclopedia Britannica*. URL: <https://www.britannica.com/topic/diplomacy>(date of access: 13.01.2025)

31. Kravchuk N., Lutsyshyn O., Androshchuk D. Public Diplomacy as a Strategic Imperative for Strengthening State Competitiveness in the Context of World Order Transformation. *Empirio*. 2025. Vol. 2, no. 1. P. 78–91. URL: <https://doi.org/10.18523/3041-1718.2025.2.1.78-91>(date of access: 10.03.2025)

32. Rybka-Iwańska K. NATION BRANDS AND THE CASE STUDY OF UKRAINE. *UA: Ukraine Analytica*. 2017. No. 4(10). P. 21–28. URL: <https://drive.google.com/file/d/19EU28TecWZZNoXHLmynRet9hyGKtZPkM/view>.

33. Techplomacy. *International Committee of the Red Cross*. URL: <https://www.icrc.org/en/law-and-policy/techplomacy>(date of access: 22.04.2025)

34. The Anholt-Ipsos Nation Brands Index. 2023. 31 p. URL: https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2023-10/NBI_2023_Press_Release_Supplemental_Deck_WEB.pdf(date of access: 15.04.2025)

35. The TechPlomacy Approach. *Office of Denmark's Tech Ambassador*. URL: <https://techamb.um.dk/the-techplomacy-approach>(date of access: 20.04.2025)

36. UNITED24 - Ініціатива Президента України. *UNITED24 - The initiative of the President of Ukraine*. URL: <https://u24.gov.ua/uk/about>.

37. Verrekia B. S. Digital Diplomacy and Its Effect on International Relations. *Student Publications*. 2017. P. 5–29.
URL: https://cupola.gettysburg.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1642&context=student_scholarship&utm_source.