

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІСТОРИЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ВСЕСВІТНЬОЇ ІСТОРІЇ ТА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН**

**Кваліфікаційна робота
магістра**

**на тему «Цифрова дипломатія Сполучених Штатів Америки та її вплив на
міжнародні відносини»**

Виконала: магістрантка II курсу, групи 8.2919
спеціальності 291 міжнародні відносини,
суспільні комунікації та регіональні студії
освітньої програми: країнознавство
Собченко Марія Олегівна

Керівник: доцент кафедри всесвітньої історії
та міжнародних відносин, доцент, к.і.н.
_____ Омельченко А.В.

Рецензент: доцент кафедри всесвітньої історії
та міжнародних відносин, доцент, к.і.н.
_____ Казакова О.М.

Запоріжжя
2020 рік

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет історичний

Кафедра всесвітньої історії та міжнародних відносин

Освітній рівень другий (магістерський)

Спеціальність 291 міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувачка кафедри всесвітньої історії та міжнародних відносин

Маклюк О.М. _____

“ _____ ” _____ 2020 року

**З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТЦІ**

Собченко Марії Олегівни

1. Тема роботи: Цифрова дипломатія Сполучених Штатів Америки та її вплив на міжнародні відносини, керівник роботи к.і.н., доцент Омельченко А.В., затверджені наказом ЗНУ №505–с від 30 квітня 2020 року.
2. Строк подання студентом роботи 9 грудня 2020 року
3. Вихідні дані до роботи A Strategy to Fight Digital Disinformation: Digital Communicators Network, 20 September, 2018. URL: <https://bit.ly/3o3KbaT>; Comprehensive Annual Report on Public Diplomacy and International Broadcasting (2019). URL: <https://bit.ly/36fK4mQ>; Defense Department Strategy for Operating in Cyberspace. URL: <https://bit.ly/2Ve9nz4>; Special Report on Diplomacy for a Diffuse World (2014). URL: <https://bit.ly/2J6tX2b>; Special Report on Data Driven Public Diplomacy: Progress Towards Measuring the Impact of Public Diplomacy and International Broadcasting Activities (2014). URL: <https://bit.ly/37gLTil>; Donald J. Trump Statistics on Twitter followers. URL: <https://bit.ly/3ldOaQv>.
4. Зміст розрахунково–пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): проаналізувати еволюцію публічної дипломатії в термінологічному контексті; оцінити феномен цифрової дипломатії; дослідити Фейсбук у якості інструменту цифрової дипломатії; розкрити зміст Твіттер–дипломатії як нового способу реалізації «м'якої сили» США; охарактеризувати вплив цифрових технологій на міжнародну безпеку; розглянути особистість Д. Трампа як феномена сучасної нової публічної дипломатії.
5. Перелік графічного матеріалу: відсутні.

6. Консультанти розділів роботи

| Розділ | Прізвище, ініціали та посада консультанта | Завдання видав | Завдання прийняв | Дата |
|----------|-------------------------------------------|----------------|------------------|----------|
| | | Підпис | Підпис | |
| Вступ | Омельченко А.В., доцент | | | 18.05.20 |
| Розділ 1 | Омельченко А.В., доцент | | | 20.06.20 |
| Розділ 2 | Омельченко А.В., доцент | | | 18.07.20 |
| Розділ 3 | Омельченко А.В., доцент | | | 22.09.20 |
| Розділ 4 | Омельченко А.В., доцент | | | 01.10.20 |
| Висновки | Омельченко А.В., доцент | | | 19.10.20 |

7. Дата видачі завдання 10 березня 2020 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

| № з/п | Назва етапів кваліфікаційної роботи | Термін виконання етапів роботи | Примітка |
|-------|--------------------------------------------------------------|--------------------------------|-----------------|
| 1. | Вивчення проблеми, опрацювання джерел та наукової літератури | лютий–квітень 2020 р. | <i>виконано</i> |
| 2. | Написання вступу | травень 2020 р. | <i>виконано</i> |
| 3. | Написання першого розділу | червень 2020 р. | <i>виконано</i> |
| 4. | Написання другого розділу | липень 2020 р. | <i>виконано</i> |
| 5. | Написання третього розділу | вересень 2020 р. | <i>виконано</i> |
| 6. | Написання четвертого розділу | жовтень 2020 р. | <i>виконано</i> |
| 7. | Написання висновків | жовтень 2020 р. | <i>виконано</i> |

Студент _____ Собченко М.О.

Керівник роботи (проекту) _____ Омельченко А.В

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____ Черкасов С.С.

ЦИФРОВА ДИПЛОМАТІЯ СПОЛУЧЕНИХ ШТАТІВ АМЕРИКИ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ

Кваліфікаційна робота складається з 123 сторінок, містить 62 джерел, 109 наукових статей.

Категорії та поняття, що найчастіше зустрічається у роботі: цифрова дипломатія, публічна дипломатія, соцмережі, Твіттер–дипломатія, Фейсбук, Д. Трамп, міжнародні відносини, США.

Об’єктом дослідження є публічна дипломатія, як складова міжнародних відносин.

Предметом дослідження є цифрова дипломатія США та її вплив на сучасні міжнародні відносини.

Мета дослідження полягає у вивченні досвіду Сполучених Штатів Америки щодо впровадження цифрових технологій у сферу публічної дипломатії та вплив цього процесу на міжнародні відносини.

Наукова новизна полягає в доповненні та систематизації знань про цифрову дипломатію США. В цій праці було вдосконалено аналіз цифрових інструментів, а саме соцмереж. Вперше проаналізовано облікові записи у Твіттері та Фейсбук посольств США, на основі яких ми змогли визначити ступінь впливу на громадськість для просування зовнішньополітичних інтересів і цінностей. Крім цього було розглянуто особливості використання Твіттер–дипломатії на прикладі Д. Трампа, які можна використовувати для подальшого дослідження.

Висновки. З розвитком інтернету відкрилося більше можливостей глобально впливати на суспільство, з’явилися нові платформи для взаємодії світових лідерів, неурядових організацій та громадян. Дипломати та урядовці почали використовувати інтерактивне спілкування для задоволення своїх професійних потреб. Зокрема, використання соцмереж для зворотнього зв’язку з громадськістю, партнерами, з метою зміцнення міжнародного співробітництва, стимулювання торгових відносин або управління міжнародними кризами тощо.

Відповідно до вищезазначеного, інновації вплинули на розвиток дипломатії та вдосконалили взаємодію з міжнародними партнерами. Сторінки медіа, які поширюють публікації в Твіттер та Фейсбук, сприяють встановленню зворотнього зв'язку: перехід від монологу до діалогу. Ця комунікація часто обходить державні та медійні фільтри, потенційно дозволяючи країнам більш ефективно впливати на аудиторію і досягати дипломатичних цілей.

Сполучені Штати Америки є одним з найбільш провідних практиків публічної дипломатії. Ця країна одна з найперших, яка почала використовувати комунікаційні платформи в публічній дипломатії. На цей час державні структури США, а саме посольства та дипломати намагаються використовувати Фейсбук та Твіттер у якості нового інструменту публічної дипломатії, для впливу на іноземну громадськість. Ці потужні соцмережі взяли на себе роль ефективних платформ для просування американських цінностей, виражених у пропаганді ліберальних принципів, індивідуальних свобод людини, демократії тощо.

Цифрові технології мають фундаментальний вплив на міжнародні відносини. По–перше, вони збільшують кількість голосів та інтересів, які залучені до процесу вироблення міжнародної політики, тим самим ускладнюючи процес прийняття рішень та зменшуючи контроль держави. По–друге, прискорюють поширення інформації, достовірної або фейкової, які можуть вплинути на події. По–третє, дозволяє надавати традиційні дипломатичні послуги швидше і ефективніше з точки зору витрат як своїм громадянам і уряду, так і громадянам інших країн.

Цифрова дипломатія змінила основи поширення ідей, створивши платформу для постійної взаємодії, що зробило світ більш взаємозалежним, яке призвело до більш ефективної зовнішньої політики.

З М І С Т

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| ВСТУП | 3 |
| РОЗДІЛ 1. СТАН НАУКОВОЇ РОЗРОБКИ ПРОБЛЕМИ, ДЖЕРЕЛЬНА БАЗА ТА МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ | 7 |
| 1.1. Стан наукової розробки проблеми..... | 7 |
| 1.2. Огляд джерельної бази дослідження..... | 15 |
| 1.3. Методологічні засади роботи..... | 20 |
| РОЗДІЛ 2. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЗАРОДЖЕННЯ ЦИФРОВОЇ ДИПЛОМАТІЇ | 23 |
| 2.1. Еволюція терміну публічної дипломатії на сучасному етапі..... | 23 |
| 2.3. Феномен цифрової дипломатії..... | 28 |
| РОЗДІЛ 3. ІНСТРУМЕНТИ ЦИФРОВОЇ ДИПЛОМАТІЇ США В ЗОВНІШНІЙ ПОЛІТИЦІ | 39 |
| 3.1. Фейсбук як інструмент цифрової дипломатії..... | 39 |
| 3.2. Твіттер–дипломатія як новий спосіб реалізації «м’якої сили» США..... | 46 |
| РОЗДІЛ 4. ВПЛИВ ЦИФРОВОЇ ДИПЛОМАТІЇ НА МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ | 56 |
| 4.1. Вплив цифрових технологій на міжнародну безпеку..... | 56 |
| 4.2. Д. Трамп як феномен сучасної нової публічної дипломатії..... | 64 |
| ВИСНОВКИ | 77 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ | 82 |
| ПРАКТИЧНА ЧАСТИНА | 99 |
| Реферати іноземною мовою | 99 |
| Аналітична довідка | 113 |

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Публічна дипломатія завжди була важливою складовою зовнішньої політики провідних держав світу. У зв'язку з прискоренням процесів глобалізації, інтенсивного розвитку інтернету як способу просування ідей та їх ретрансляції на суспільство відбулося перетворення публічної дипломатії на один з найважливіших інструментів світової політики. Раніше традиційна дипломатія впливала на громадську думку зарубіжних країн через інформаційну пропаганду, яку поширювали через радіо, телебачення і кінопродукцію. З розвитком інтернету відкрилося більше можливостей глобально впливати на суспільство, збільшилася роль публічної дипломатії, оскільки з'явилися нові платформи для взаємодії світових лідерів, неурядових організацій та громадян.

Інтернет у взаємодії з цифровими технологіями надав можливість миттєвого доступу до нової інформації. З переваг можна виокремити: доступність, швидкість поширення повідомлень, обмін інформацією за допомогою тексту та аудіовізуального контенту. Дипломати та урядовці почали використовувати можливості інтерактивного спілкування для задоволення своїх професійних потреб. Зокрема, використання соцмереж для зворотнього зв'язку з громадськістю, партнерами, з метою зміцнення міжнародного співробітництва, стимулювання торгових відносин або управління міжнародними кризами тощо.

Відповідно до вищезазначеного, інновації вплинули на розвиток дипломатії та вдосконалили взаємодію з міжнародними партнерами. Сторінки медіа, які поширюють публікації в Твіттер та Фейсбук, сприяють встановленню зворотнього зв'язку: перехід від монологу до діалогу. Це дозволило урядовцям вести двосторонні розмови з громадськістю. Також варто виокремити з переваг і те, що Твіттер і Фейсбук дозволили дипломатам мати індивідуальний вигляд (висвітлювати не лише публічні, робочі моменти, але й показувати особистий бік життя – хобі та родину). Це сприяє виникненню почуття довіри в спільноті. Цифрова дипломатія відкриває можливості для глобальної взаємодії, але вона також породжує нові проблеми і виклики.

США це одна із перших передових країн, яка почала впроваджувати цифрові технології у дипломатію. Їх політики активно використовують у практичній діяльності цифрову дипломатію, застосовують різні форми пропаганди для того, щоб презентувати себе в якості прозорого та інтерактивного суб'єкта. Сполучені Штати Америки є одним з найбільш провідних практиків публічної дипломатії. Країна має офіс, присвячений «е–дипломатії», який відповідає за розширення присутності США на цифрових комунікаційних платформах і за створення інноваційних проєктів в області публічної дипломатії.

Для України це питання залишається актуальним у плані отримання досвіду з формування та керування цифровою дипломатією. Для того, щоб наша країна стала конкурентоспроможною в цифрову епоху, потрібно ухвалити нові стратегії та почати більш інтенсивно використовувати новітні технології та інструменти із створення мультимедійного контенту для налагодження продуктивної взаємодії з іноземною аудиторією.

Об'єкт дослідження – публічна дипломатія, як складова міжнародних відносин.

Предметом дослідження є цифрова дипломатія США та її вплив на сучасні міжнародні відносини.

Мета дослідження – дослідити досвід Сполучених Штатів Америки у впровадженні цифрових технологій у сферу публічної дипломатії та вплив цього процесу на міжнародні відносини.

Для досягнення поставленої мети були визначені наступні **дослідницькі завдання**:

- проаналізувати еволюцію публічної дипломатії в термінологічному контексті;
- оцінити феномен цифрової дипломатії;
- дослідити Фейсбук у якості інструменту цифрової дипломатії;
- розкрити зміст Твіттер–дипломатії як нового способу реалізації «м'якої сили» США;

- охарактеризувати вплив цифрових технологій на міжнародну безпеку.
- розглянути особистість Д. Трампа як феномена сучасної нової публічної дипломатії.

Хронологічними межами дослідження. 2002–2020 роки. Нижня межа пов'язана з періодом 2002 року, коли США створила перші програми цифрової дипломатії (перша робоча група з питань інтернет–дипломатії в Держдепартаменті). Верхня межа зумовлена проведенням виборів у США, де Д. Трамп зазнав поразки. Для нашого дослідження він був головним гравцем в цифровій дипломатії.

Географічні межі дослідження співпадають з кордонами Сполучених Штатів Америки.

Наукова новизна полягає в доповненні та систематизації знань про цифрову дипломатію США. В цій праці було здійснено аналіз соціальних мереж, як цифрових інструментів публічної дипломатії. Зокрема, вперше проаналізовано облікові записи у Твіттері та Фейсбук посольств США, що дозволило оцінити рівень використання їх для просування зовнішньополітичних інтересів і цінностей. Крім цього було розглянуто особливості використання Твіттер–дипломатії на прикладі Д. Трампа, які можна використовувати для подальшого дослідження.

Теоретичне та практичне значення магістерської роботи. Ці знання можуть бути застосовані у подальшій розробці, на факультативних курсах, в школах із поглибленим вивченням гуманітарних дисциплін. Основні положення та висновки роботи можуть бути використані Міністерством закордонних справ для виявлення недоліків в дипломатичній взаємодії нашої країни та допоможуть виявити основні тенденції цифрової дипломатії, які в подальшому дозволить застосувати їх в Україні.

Структура роботи підпорядкована меті та завданням дослідження. Кваліфікаційна робота складається із вступу, 4 розділів (9 підрозділів), висновків, списку використаних джерел та літератури (171 найменувань, з яких

джерела – 62). Обсяг основної частини роботи складає 78 сторінок машинописного тексту, загальний обсяг дипломної роботи – 123 сторінки.

РОЗДІЛ 1

СТАН НАУКОВОЇ РОЗРОБКИ ПРОБЛЕМИ, ДЖЕРЕЛЬНА БАЗА ТА МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1. Стан наукової розробки проблеми

Цифрова дипломатія це відносно нове явище у міжнародних відносинах, яке тільки починають вивчати. На цей час в науковому суспільному середовищі існує невелика кількість праць, здебільшого це публікації незалежних журналістів. Історіографія дослідження ґрунтується на публіцистиці та наукових статтях періодичних видань, присвячених вивченню цифровій дипломатії США. Переважно до проблематики дослідження цифрової дипломатії звертаються як іноземні так і вітчизняні дослідники. У свою чергу вітчизняні науковці переважно досліджують дану проблему з метою виявлення особливостей впливу цифрових технологій на традиційну дипломатію, для подальшого впровадження у своїй країні.

З огляду на вищезазначене, комплекс наукової літератури із даної тематики, для зручності аналізу, умовно можна об'єднати у кілька груп, на основі досліджуваної у конкретних роботах проблематики: дослідження, присвячені вивченню основних понять публічної дипломатії; дослідження, в яких розглядається феномен цифрової дипломатії, його можливостей та викликів; дослідження, в яких були охарактеризовані інструменти цифрової дипломатії, які умовно можна поділити на Твіттер–дипломатію та Фейсбук–дипломатію; дослідження, присвячені вивченню впливу цифрових технологій на міжнародні відносини; наукові праці, в яких досліджували унікальність спілкування Д. Трамп у Твіттері.

Аналізуючи першу групу наукових праць, варто виділити роботу дослідниці І.Ш. Шамугія [115], яка аналізувала саме процеси появи і розвитку поняття «публічна дипломатія», охарактеризувала основні форми публічної дипломатії. Доцент кафедри міжнародних відносин державного університету

Санкт–Петербурга, Н. Цветкова [112], дослідила теорії та концепції публічної дипломатії, в таких галузях знань як історія, культурологія, антропологія, політологія, наука про міжнародні відносини, маркетинг і політична комунікація, оскільки вони по–різному трактують цілі і результати публічної дипломатії США.

Значне місце серед досліджень з обраної проблематики займають наукові праці Н.Ю Шлюндта [116], який розглядав «публічну дипломатію» як новий інструмент зовнішньополітичної діяльності, спрямований на формування позитивного іміджу держави за кордоном. А.Е Конькова [84], об’єктивно визначила місце публічної дипломатії в сучасній політиці. За їх думкою, публічна дипломатія стала інструментом громадської участі та механізмом міжнародного діалогу для політичної взаємодії з різними країнами, підтримки позицій держави з громадянським суспільством та іншими державами і недержавними акторами.

Ю.М. Смирнова та Е.Н. Гудилина [103] визначили можливості використання публічної дипломатії в будівництві національної правової системи, реалізації основних напрямків діяльності на міжнародному рівні. Авторами виділені особливості реалізації «м’якої сили» на практиці. Найбільш значущою є праця американського політолога Дж. Най, «Публічна дипломатія та м’яка сила» [155], який розглядав публічну дипломатію як основний засіб просування м’якої сили країни. На його думку, публічна дипломатія є важливим інструментом в арсеналі розумної влади, але розумна публічна дипломатія вимагає розуміння ролі довіри, самокритики та громадянського суспільства у створенні м’якої сили.

Для нашої роботи є цінним дослідження колишнього директора Інституту публічної дипломатії університету Джорджа Вашингтона, Б. Грегорі [139;140], який охарактеризував американську модель публічної дипломатії з незмінними характеристиками, корінням якого є історія та політична культура країни. Сюди входять епізодична рішучість, пов’язана з війною та сплесками завзяття, системними компромісами в американській політиці, конкурентоспроможними

спільнотами практиків та потужними суб'єктами громадянського суспільства, а також впровадженням комунікаційних технологій.

Особливе місце у дослідженнях займає тема феномену цифрової дипломатії, його можливостей та викликів. Професор кафедри державного управління та національної безпеки І.В. Сурма [105] у своїй роботі «Цифрова дипломатія у світовій політиці» надав коротку історичну довідку про цифрову дипломатію, її механізм впливу на іноземну аудиторію. Він відзначає істотне посилення інтернет-впливу, можливостей маніпулювання громадською думкою і управління великими групами людей, у тому числі в політичних цілях. О.В. Пономаренко [99] дослідила вплив інформаційно-комунікаційних технологій на сучасну систему міжнародних відносин, зокрема, оцінила їх можливості. Вони зосередили свою увагу здебільшого на вивченні нової форми дипломатії, яка, на їх думку з одного боку, дає нові можливості здійснення державної міжнародної політики, а з іншого, – висуває особливі вимоги до її учасників.

Г.К. Мусаєва [95], яка визначила основні дефініції поняття цифрова дипломатія, розкрила зміст, функції і механізми цифрової дипломатії, здійснюваної Сполученими Штатами. Особливий акцент був зроблений на ролі американського істеблішменту в соціальних мережах.

Інші наукові діячі, такі як К.А. Торшина [109], яка займалась вивченням питання застосування інструментів цифрової дипломатії в міжнародній політиці та Н.А. Чеботарьова [114], яка дослідила особливості цифрової дипломатії. В ході їх дослідження було виявлено, що ключовою відмінністю цифрової дипломатії від традиційної є специфічний комунікативний простір. Так, в рамках дискурсу цифрової дипломатії комунікативним простором виступає кіберпростір, а основними каналами комунікації є соціальні мережі, електронні ЗМІ, персональні блоги. Використання цих інструментів дозволяє актору цифрової дипломатії безпосередньо впливати на події і людей в зарубіжних країнах.

Можна виділити вчених, які досліджували інструменти цифрової дипломатії. Н.С. Альошкіна [64] приходять до висновку, що розвиток високих технологій і глобальне перебалансування сил у світі розширює поняття «цифрової дипломатії». М.А. Алхіменков [65] досліджував американську інтернет–дипломатію та соціальні мережі, які стали однією з важливих сфер реалізації зовнішньополітичної програми США. Т.В. Баранова [67] особливу увагу приділяла вивченню впливу інтернету на дипломатію, як нового засобу поширення інформації, яка змінила способи, умови та інтенсивність спілкування, та створила принципово нову динаміку міжнародних відносин. Після появи нових додатків (соцмережі, електронні медіа, блоги) змінились методи публічної дипломатії.

О.М. Долгенко, В.Р. Богословська та М.С. Косирева [73] аналізуючи основні інструменти цифрової дипломатії виділили крім комунікативних (Інтернет) ще лінгвістичні (глобальна англійська мова). Не достатньо проаналізовано саме роль соцмереж у зовнішній політиці, більше уваги сконцентрували на аналізі англійської мови як основного інструменту.

В працях Г.В. Малишевської [93], Н. Штрауса, С. Крюкемайера, Х. Меулена та Г. Ноорта [163] було досліджено роль соціальних мереж в дипломатичній практиці на прикладі США, в основному питання стосувались зростання мобільного медіа та їх ключовий вплив на формування смислів і цінностей. Викладач Техаського університету Цзюянь Чжан [170] вважав, що соціальні мережі це стратегічні інструменти, які дипломати зможуть використовувати для посилення сприятливої вірусної тенденції, формування порядку денного та реагування на конфлікт.

Ніколас Дж. Кулл [129;130;131;] розглядав впровадження цифрових комунікаційних інструментів в контексті публічної дипломатії США. Хоча основна увага приділяється американському контексту, багато тем, які аналізуються в статті,—такі як використання технології для взаємодії з іноземною аудиторією виходять за межі контексту США.

К.А. Торшина [110], Р.С. Захарна та В.А. Раг [169], свою увагу зосередили на аналізі внутрішніх і зовнішніх протиріч феномену цифрової дипломатії, обумовлених використанням інтернету як інструменту зовнішньополітичної діяльності. Недоліком ціє роботи є не детальне вивчення нових можливостей та ризиків глобальної комунікації, а також перспективам взаємопроникнення традиційної і цифрової дипломатії і масмедіа.

Італійський дипломат та фахівець з комунікацій, А. Сандре є автором книги «Твіттер для дипломатів» [161], яка була видана дипломатичним інститутом Міністерства закордонних справ Італії. Його праця яскраво демонструє різні приклади епізодів за участю Міністерства закордонних справ, а також про способи взаємодії цих інструментів та вивчення його величезного потенціалу. А.А. Торреальба [108], розглядав феномен Твітпломатії та її вплив на зовнішню політику країн світу в останні роки. Він досліджував тільки можливості Твіттеру, без практичних прикладів.

Існує незначна частина науковців, які займались вивченням Фейсбук–дипломатії. Серед них ми можемо відокремити працю Д. Спрі [164], який розглядав рівень зв'язку між соціальними мережами та дипломатичними місіями. Цей аналіз відрізняється від багатьох попередніх тим, що висуває соціальні медіа на попередній план як комунікаційне звено та включає аудиторію/користувачів в участь. Результати свідчать, що Фейсбук дипломатія є більш актуальною у країнах, які є меншими, біднішими. Недостатню уваги приділялось саме аналізу американських посольств, здебільшого були вивчені лише азійські.

Вивченням можливостей і загроз цифрової дипломатії на міжнародній арені займаються Д.А. Сермягина [102], А.В. Казакова [78], А. Провоторова [100], О.С. Адесіна [117], Н. Весткотт [168], В. Расніца [159], які виділили основні можливості для національних держав: взаємодія з іноземною аудиторією практично в режимі реального часу, швидкість поширення інформації тощо. Та деякі ризики: кібертероризм, анонімність користувачів мережі Інтернет, витік інформації, а також злам (хакерство).

Під час написання даної роботи, було також проаналізовано дослідження, А.І. Кугай та В.В Михайлова [85], Дж. Сендінг, В. Пуліот, І. Нейман [162], які досліджували саме нові можливості цифровізації світу, які змінюють сутність дипломатії. Цифрові мережі зв'язку стали неформальним, відкритим каналом для багатомовного політичного вираження. Інформаційно–цифрова цивілізація створює безмежні умови для розвитку громадської дипломатії, де людство стане цифровою спільнотою.

В.В. Кузьмін, автор наукової роботи «Аналіз ризиків цифрової дипломатії» [86], виявив інформаційні ризики і дослідив їх специфіку в постіндустріальному суспільстві, провівши аналіз амбівалентності інформаційного середовища, її негативного впливу на особистість людини. Його праця зосереджена на інноваційних технологіях, які дають можливість використовувати безліч засобів демонстрації своєї громадянської позиції, але в той же час вони нівелюють особистість і руйнують традиційну систему цінностей.

Дослідник К.Е Петров [97], проаналізував можливості використання Міністерствами закордонних справ технологій сучасних соціальних медіа для створення і підтримки ефективної кризової комунікації та дослідив конкретні способи організації консульської допомоги для громадян акредитуючої держави за допомогою нових цифрових технологій на прикладі спеціалізованого додатку, створеного Держдепартаментом США. Він присвятив своє дослідження тільки взаємодії МЗС з власними громадянами.

Також, цим питанням займалися китайські професори Х. Чжун та Дж. Лу [171]. В даному дослідженні вони розглянули практику публічної дипломатичної комунікації посольства США через соціальні мережі, а саме китайський мейнстрім, блогінг і мікроблоги. У цьому дослідженні аналізуються записи в блозі і мікроблозі посольства за 2013 рік. Для нас ця робота є прикладом для подальшого аналізу посольств США на сучасному етапі.

Що стосується розгляду питання про цифрову дипломатію США та її впливу на міжнародні відносини, цим займалися Е.С. Зінов'єва [76], К. Кароліна [81], які охарактеризували еволюцію розвитку цифрової дипломатії, основні

програми забезпечення цифрової присутності. Але вони розглядали це питання з російської сторони, і тому більше сконцентрувалися на впливі Росії. Б. Веррекія [167] дослідила переваги та виклики, які представляє цифрова дипломатія США, визнаючи як дипломати змогли використовувати соціальні медіа для просування інтересів своїх країн. Старший науковий співробітник Фонду спадщини в галузі громадської дипломатії, Х.С. Дейл [133] визначила основні тенденції поширення нових медіа в уряді США, проаналізувала як американські агентства почали використовувати технології соціальних мереж для цілого ряду видів діяльності.

Також останнім часом у науковому та професійному просторі особливу увагу приділяли вивченню феномена Д. Трампа у використанні соцмережі Твіттер для міжнародного спілкування. Є.І. Кінаш [82] досліджувала Твіттер–дипломатію Д. Трампа як інструмент формування зовнішньої політики держави. Здебільшого вона аналізувала твіти, які висвітлювали відношення Д. Трампа до країн НАТО. Ця робота дає часткове уявлення про можливості використання Твіттеру для налагодження міжнародних відносин. С. Ахмадіан, С. Азаршахі та Д. Полхус [118], провели лінгвістичне дослідження твітів Д. Трампа, охарактеризувавши його манеру спілкування такими категоріями як тенденція простоти, персоналізованість, грандіозність, неформальність та динамізм.

Б. Отт [156], Дж. Лі та Ю. Лім [150], Г. Энлі [136] досліджували активність акаунту в Твіттері Дональда Трампа під час передвиборній кампанії 2016 року, ступінь його присутності та спілкування з виборцями через цю соцмережу. У своїй роботі вони визначили основні риси твіттер–стратегії кандидата від Демократичної партії Хілларі Клінтон та кандидата від Республіканської партії Дональда Трампа за час їх президентських виборчих кампаній.

Китайська журналістка К. Хуанг [147], намагалась визначити залежність Д. Трампа від Твіттер дипломатії, яка розчаруває Китай, тому що він заборонений у їх країні. Ця праця дає нам зрозуміти, що поки Твіттер дипломатія не може охопити усі країни, і тому не треба повністю відмовлятися від старої дипломатії у найближчий час. Автор інтернет–статті в журналі «Moyers on

Democracy» Н. Габлер [138] аналізує особливості використання Твіттера Д. Трампом, наводячи приклади недипломатичних висловлювань.

А.М. Тремонті [165] дослідив, як президент Трамп проводить дипломатію у Твіттер та як дипломатичні організації у всьому світі беруть участь у дипломатичних обмінах. Їх висновки підтверджують припущення, що дипломатичне спілкування Д. Трампа в Твіттер порушує традиційні коди дипломатичної мови. Американські журналісти М. Кроулі, Н. Маккаскілл та Л. Нельсон, визначили Д. Трампа, як імператора соціальних мереж, який ставить виклики світовим лідерам [128].

Журналіст інтернет-видання «Vox» З. Крокетт [127], провів аналіз твітів з 2009 до 2017 року. Це дослідження вносить новий вклад в наше розуміння того, як Трамп використовує Твіттер, починаючи з того, як він з'явився в якості претендента на президентський пост та повідомлення, які громадськість отримує від нього.

Цей комплекс досліджень дає змогу визначити унікальність Д. Трампа, який став прикладом використання цифрових технологій у світовому просторі. Він просуває тенденції неформального, відкритого спілкування через соцмережі без дотримання дипломатичних норм традиційної дипломатії.

Таким чином, окреслений нами список досліджень, присвячених питанню цифрової дипломатії, свідчить про недостатній ступінь вивченості зазначеної тематики серед авторів, переважно цим займались науковці з Росії, Китаю та Сполучених Штатів.

Аналіз вищезазначених наукових праць дозволив нам вибудувати нашу роботу на основі дослідження недостатньо висвітлених в наукових колах аспектів обраної теми дослідження. Зокрема, поза увагою більшості дослідників залишилась роль Фейсбук-дипломатії як основного урядового каналу поширення інформації для іноземної громадськості. Також, в переважній більшості автори зазначених робіт не враховують особливості спілкування Д. Трампа в Твіттері, яка в майбутньому можливо змінить кодекс дипломатичної мови. Нарешті, згаданими дослідниками практично не досліджено взаємодії

американських дипломатів, послів через соцмережі з іноземною громадськістю, для створення позитивного образу американського життя. Окреслені аспекти будуть розглянуті нами у даній роботі.

1.2. Огляд джерельної бази дослідження

Вирішення поставлених в роботі завдань забезпечено достатньою кількістю джерел, які можна розподілити на наступні групи:

Аналітичні документи державних установ, завдяки яким було проведено комплексне дослідження основних засад цифрової дипломатії США в сфері міжнародних відносин, які в свою чергу умовно можна поділити на звіти та стратегії.

При аналізі розвитку публічної дипломатії США ми опиралися на **звіти комісії Сполучених Штатів з публічної дипломатії (ACPD) – «Про еволюцію американської публічної дипломатії: чотири історичні уявлення»** (2013) [52], На основі, якого ми проаналізувати етапи становлення публічної дипломатії США, виділивши основні події, які вплинули на цей процес, а саме період Холодної війни; період 1990 років – інтеграція публічної та традиційної дипломатії після злиття Інформаційного агенства та Державного департаменту в 1999 р.; терорестичні події 2001 року; події «Арабської весни», коли були використані соцмережі для поширення інформації про повстання.

Доповідь *«Про публічну дипломатію: прогрес у вимірюванні впливу публічної дипломатії та міжнародної мовної діяльності»* (2014 рік) [51], завдяки якій було проаналізовані поточні дії, що здійснюються Державним департаментом і Радою керуючих з радіомовлення (BBG) для подальшого впливу. У якій містяться пропозиції щодо структур і методологій, необхідних для того, щоб зробити взаємодію з іноземною аудиторією більш надійною та впливою.

На основі аналізу звіту *«Про публічну дипломатію та інформаційні інструменти влади у інформаційному середовищі»* [53], ми змогли охарактеризувати підходи до навчання публічної дипломатії в епоху цифрових

технологій офіційних осіб, використовуючи інструменти моделювання для підготовки до участі у складних інформаційних операціях, та визначаючи роль розвідувальних можливостей в інформаційній області. Крім цього, ми дослідили виклики та ризики дипломатії США у кіберпросторі при вивченні щорічного звіту *«Про публічну дипломатію та міжнародне мовлення»* [4].

Звіт *«Про зміну дипломатії у сучасному світі»* [54], надає нам інформацію, про ключові глобальні тенденції: поширення влади, розширення прав і можливостей окремих осіб, які ґрунтовно впливають на те, як уряд Сполучених Штатів має вести дипломатію. Крім того, звіт надає практичні рекомендації, які допомагають побудувати всеосяжну і цілеспрямовану дипломатичну стратегію, щоб краще відповідати змінам, викликані ІКТ.

Звіт *«Про обґрунтування публічної дипломатії США»* написаний у 2017 році [19] містить пропозиції щодо цілей та подальшого спрямування публічної дипломатії США. А саме завдяки обміну повідомленнями та іншими засобами публічна дипломатія США може протистояти радикалам, діяльність яких загрожує національній безпеці США.

Спираючись на спеціальний звіт *«Чи може державна дипломатія пережити Інтернет?»* [49], нам вдалося проаналізувати недоліки, які створює Інтернет–технології – найбільш поширена проблема дезінформація.

В спеціальному звіті *«Про нову дипломатію: використання інноваційних концепцій спілкування»* [56]. У якому йдеться про три концепції, які використовують нові засоби масової інформації: «Дописи американської присутності», за яким використовують одного американського дипломата у важливому регіоні для досягнення цілей комерційної та громадської дипломатії; «Американські куточки», які забезпечують без американського персоналу основу публічної дипломатії – бібліотека, дискусійний форум та «Віртуальні консульства», які використовують можливості інтернету для спілкування з місцевою громадськістю та американцями [56].

Іншою категорією аналітичних документів є **Стратегія Держдепартаменту США з інформаційних технологій**, завдяки яким ми

можемо проаналізувати зміну підходів до цифрової дипломатії починаючи з 2011 року.

Згідно «*Стратегічного плану Держдепартаменту США з інформаційних технологій за 2011–2013 роки*», ми визначили сутність цифрової дипломатії, що розуміється як «розширення співпраці та обміну інформацією між внутрішніми і зовнішніми зацікавленими сторонами, завдяки застосуванню сучасних інструментів, а також інформаційних ресурсів з розширеними можливостями Фейсбук, Твіттер тощо» [17].

У «*Стратегічному плані Держдепартаменту з інформаційних технологій на 2019–2022 роки*» було більше уваги зосереджено на забезпеченні технологічних і технічних аспектів цифрової взаємодії. У «*Плані на 2019 – 2022 роки*» в якості першого цільового показника виділені дані як стратегічний ресурс [60]. Ця стратегія доводить, що дипломати повинні будуть використовувати новітні ІТ–інструменти у своїй професійній діяльності. Використання нових технологій повинен дозволити вести дипломатичну діяльність і забезпечувати доступ людей до необхідної їм інформації, коли вони її потребують.

Аналізуючи *Стратегії Міністерства оборони для роботи в кіберпросторі* [6] ми можемо ознайомитись з основними правилами використання інструментів цифрової дипломатії США для управління в конфліктних ситуацій.

Стратегія боротьби з цифровою дезінформацією [5], дала нам змогу проаналізувати які існують тактики та правила цифрового спілкування. Крім цього були досліджені теми такі як виявлення і залучення впливових людей у цифрове спілкування, розширення охоплення, репутація впливових людей і особистий брендинг, фальшиві впливові особи і негативний вплив, охоплення аудиторії в соціальних мережах.

Статистичні дані, надають нам кількісну характеристику активності послів, дипломатів у соцмережах. Завдяки яким ми визначили найбільш популярних та впливових американських дипломатів [57]. Дослідили активність

громадян США в інтернеті, а це майже 40% населення, які дізнаються інформацію з соцмереж [20].

Крім цього, проаналізували статистику, що стосується активності президента Д. Трампа в соцмережі Твіттер [7;8], яка була видана глобальною кампанією «Socialbakers». Згідно неї, він займає перше місце серед п'ятдесяти світових лідерів з найбільшою кількістю взаємодій (682 млн). Внаслідок, цього ми з упевненістю можемо сказати, що він є найбільш популярним та впливом користувачем у цифровій сфері (88 млн. читачів) [18].

Облікові сторінки у соцмережах, які умовно можна поділити на особисті (Твіттер–сторінки) та офіційні на Фейсбуці. На цих інтернет–сторінках були промоніторені публікації на основі яких ми визначили ступінь впливу та взаємодії з іноземною громадськістю.

Нами було обрано 5 аккаунтів американських посольств, які використовують Твіттер для задоволення своїх професійних потреб: Офіційний акаунт посла США у Німеччині Річарда Гренелла [39], обліковий запис посла США в Республіці Польща Джорджетти Мосбахер [40], акаунт посла США у Великої Британії Вуді Джонсона [41], обліковий запис керівника місії США в Республіці Хорватії Роберта Кохорста [42] та сторінка Повіреного у справах Посольства США Джозефа М. Янга [43].

Крім цього, були досліджені офіційні акаунти посольств США, які використовують соцмережу Фейсбук для налагодження зовнішніх зносин в Україні, Білорусії, Росії, Аргентині, Великої Британії та Алжирі [27;24;26;23;25;22]. На цих сторінках були виявлені основні теми публікацій, а саме інформація для місцевих жителів про імміграційні процедури та візові вимоги; працевлаштування в посольстві, фінансування проектів розвитку, стипендії; інформація для іноземних громадян про голосування на виборах; новини, які пов'язані з місцевими святами або днем пам'яті тощо

На сторінках були проаналізовані твіти, публікації, реакції (вподобання репости, коментарі) громадян приймаючої країни. Ця аналітична робота стала

основою для виявлення рівня взаємодії американського істеблішменту з іноземною громадою.

Також, окремо ми аналізували обліковий запис Д. Трампа у Твіттері [31], в результаті чого було виділено особливості спілкування зі світовими лідерами Великої Британії, Японії, Австралії, Канади, Росії [38;28;35;34;2]; країни, які підтримують Трампа у Твіттері, та ті хто намагаються повністю ігнорувати його.

В основі групи джерел лежить низка **інтерв'ю**, завдяки яким, ми дослідили перші кроки формування цифрової дипломатії у США. Інтерв'ю з Алеком Россом [9;14;15;16], колишнім першим старшим радником Держдепартаменту з інновацій, який зазначав, що технологія кидає виклик ієрархічним, традиційним структурам влади, які домінували в ХХІ столітті, руйнуючи здатність урядів, компаній і впливових людей контролювати інформацію про себе або своїх суспільствах. На його думку соціальні мережі, такі як Твіттер і Фейсбук, дозволили дипломатам слухати і розуміти точку зору громадян.

Крім цього було використано у дослідженні виступ колишнього держсекретаря Хіларі Клінтон на конференції щодо програми «Глобальної цифрової політики», присвяченому цифровим технологіям, дипломатії та демократичним цінностям [12]. На основі яких, було охарактеризовані питання щодо цифрових прав, цифрової безпеки, управління штучним інтелектом і транснаціонального управління інтернетом.

Таким чином, в даній роботі нами було залучено максимально широкий спектр джерел та літератури, які містять пряму чи опосередковану інформацію, що стосується становлення цифрової дипломатії США. Це дозволило нам вибудувати нашу роботу на основі дослідження недостатньо висвітлених аспектів обраної теми дослідження.

1.3. Методологічні засади роботи

Методологічну основу складають загальнонаукові принципи та методи, які забезпечують ефективність й якісний результат та за допомогою яких було проведено дослідження, зроблені висновки.

Дана дослідницька робота базується на наукових принципах пізнання реальності.

На основі принципу всебічного і об'єктивного пізнання, ми розглянули розвиток цифрової дипломатії США як частини процесу становлення публічної дипломатії; *принципу комплексності* дослідили вплив цифрових технологій з урахуванням існуючих переваг та недоліків, завдяки *принципу причинності* виявили фактори, які вплинули на формування цифрової дипломатії тощо.

Під час написання роботи нами було використано низку загальнонаукових методів дослідження. Серед теоретичних методів було застосовано *метод класифікації інформації*, який дозволив узагальнити джерела, літературу щодо вивчення цифрової дипломатії. Виокремивши дослідження, присвячені вивченню основних понять публічної дипломатії; феномену цифрової дипломатії, його можливостей та викликів; інструментів цифрової дипломатії, впливу цифрових технологій на міжнародні відносини; унікальності спілкування Д. Трампа у Твіттері. Крім, цього за допомогою цього методу ми класифікували країни, які спілкуються у Твіттері з Д. Трампом, а які ні.

До методів, які ми застосували на емпіричному рівні дослідження можемо віднести *описовий (нарративний) метод*, який є одним з важливих у нашому дослідженні, адже, з огляду на масштабність теми, нам довелося виокремлювати і описувати ключові моменти становлення цифрової дипломатії та впливу на міжнародні відносини з метою формування цілісного уявлення про предмет дослідження.

Системний метод був використаний для більш детального вивчення моделі цифрової дипломатії, як системи, що складається з держави, яка представлена публічними особами, що здійснюють вплив; людей та інструментів. (США – іноземна спільнота – соцмережі). Наприклад, посол США

в Японії Джозеф М. Янг, використовує соцмережу Твіттер, для налагодження взаємодії з іноземною громадою. Він ділиться своїми думками, звітує про виконання своїх офіційних обов'язків на акаунті. Це надало можливість більше дізнаватися про міжнародні події та миттєво спілкуватися з іншими громадянами.

Окреслені елементи утворюють новий підхід дипломатії, що представляє собою використання соціальних мереж, для налагодження відносин з країною, іноземною спільнотою.

Метод конкретизації застосовано під час вивчення цифрової дипломатії президента США Д. Трампа. Свою увагу ми сконцентрували на аналізі публікацій Д. Трампа починаючи з 2017 року. Цей метод знадобився для виявлення особливостей ведення зовнішньої політики використовуючи соціальні мережі, виняткового стилю спілкування як з міжнародними акторами так із громадськістю, що в подальшому призведе до якісних змін публічної дипломатії у цифровій епосі.

Контент-аналіз, який надав можливість опрацювати первинний інформаційний масив (а саме твіти Д. Трампа за 2017–2019 роки, офіційні сторінки та твіти американських посольств та дипломатів) і проаналізувати активність дипломатичних діячів в інтернет-сфері, виявивши їх відношення до використання соціальних мереж для роботи з громадськістю.

Застосування *аналізу* дає змогу дослідити окремі елементи даної проблеми, а саме явище публічної дипломатії, феномен цифрової дипломатії, використання соціальних мереж американським істеблішментом для впливу на громадськість, міжнародні відносини для виявлення загальної картини досліджуваної теми.

Використання *синтезу* в дослідженні зумовило об'єднання проаналізованої інформації щодо питань цифрової дипломатії США, завдяки чому було зроблено висновки.

За допомогою *індукції та дедукції* були сформовані висновки щодо предмета дослідження, були з'ясовані основні переваги та недоліки

використання цифрових технологій у дипломатії та їх реалізація державою у зовнішній політиці.

За допомогою *методу узагальнення* були сформовані загальні уявлення про досліджувану тему дослідницької роботи, які зумовлені поставленими завданнями та метою дослідження.

Отже, комплексне застосування вище окреслених наукових принципів та методів дало нам змогу розкрити ключові закономірності розвитку цифрової дипломатії в межах окресленого хронологічного періоду, вирішити поставлені перед нами дослідницькі завдання.

Іншим словом, наявна наукова література, залучені нами джерела та методи дослідження дозволять в цілому сформулювати аргументовані твердження та висновки, які були зумовлені метою, науково–дослідницькими завданнями, науковою новизною і практичним значенням роботи.

РОЗДІЛ 2

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЗАРОДЖЕННЯ ЦИФРОВОЇ ДИПЛОМАТІЇ

2.1. Еволюція терміну публічної дипломатії на сучасному етапі

Сприяння міжнародному іміджу країни є критичним виміром, якщо метою будь-якого уряду є посилення економічних, політичних, культурних та ідеологічних інтересів. Багато країн активізували свою комунікаційну діяльність, організовуючи рекламні кампанії, включаючи програми, що варіюються від культурних та туристичних програм до програм розвитку та допомоги. У сучасному глобалізованому світі, більшість країн намагаються залучити міжнародну увагу та здобути світову репутацію.

Завдяки комунікаційній діяльності ці країни прагнуть якнайширше охопити аудиторію та створити позитивне враження про свій національний імідж для іноземної громадськості. Метою такої комунікаційної діяльності є досягнення певних політичних, економічних та культурних цілей. Завдяки такому спілкуванню державні сторони прагнуть або до політичних союзів для досягнення цілей зовнішньої політики, або до торгових та туристичних переваг, збільшення інвестицій та поширення своїх цінностей. В цьому відношенні в останні роки публічна дипломатія стала грати найактивнішу роль.

Публічна дипломатія відноситься до процесів, в яких країни прагнуть досягти своїх зовнішньополітичних цілей шляхом спілкування з іноземною громадськістю.

Вперше поняття «публічна дипломатія» була згадана в грудні 1856 році у статті Лондонського видання «Таймс», яке було присвячене політиці президента США Ф. Пірса. У статті писалося: «Американські державні діячі повинні пам'ятати, що якщо їм потрібно справляти певне враження на нас, то вони повинні стати прикладом для власного народу, і така публічна дипломатія стане найдієвішим для цього способом» [129]. Отже, на основі цього твердження ми можемо виокремити два основних завдання публічної дипломатії: «справляти

певне враження» на іноземну аудиторію, відповідати очікуванням власного народу.

Трохи пізніше, в більш чіткому вигляді термін «публічна дипломатія» був використаний відразу після Першої світової війни. Уже перший із знаменитих 14 пунктів про цілі війни і принципах післявоєнного світу, з якими американський президент В. Вільсон виступив перед Конгресом 8 січня 1918 року свідчив: «Відкриті мирні договори, які відкрито обговорені, після яких не буде ніяких таємних міжнародних угод будь-якого роду, а дипломатія завжди буде діяти відверто і на увазі громадськості» [129].

Реагуючи на ці заклики, канцлер Німеччини Г. фон Хертлінг заявив, що приймає принцип «публічності дипломатичних договорів» [129]. У своїй відповіді, сформульованому в промові в Конгресі 11 лютого, В. Вільсон уже прямо вживає термін «публічна дипломатія» [129].

Вперше термін «публічна дипломатія» був введений в науковий обіг у 1965 році Едмундом Гулліоном. Колишній американський дипломат вважав, що публічна дипломатія була розроблена частково для того, щоб дистанціювати закордонні урядові інформаційні заходи від терміна пропаганда, який набув негативних відтінків.

У цьому сенсі Центр Мурроу в одній зі своїх брошур описав публічну дипломатію наступним чином: «Публічна дипломатія ... займається впливом громадської думки на формування і виконання зовнішньої політики. Вона охоплює аспекти міжнародних відносин, що виходять за рамки традиційної дипломатії; включаючи культивування урядами громадської думки в інших країнах; взаємодія приватних груп і інтересів в одній країні з іншого; освітлення міжнародних відносин їх вплив на політику; спілкування між тими, чия робота – спілкування» [129].

К. Малоун, який був одним з керівників USIA (1974–1984 рр), який описав публічну дипломатію в 1985 році як пряме спілкування з іноземними громадськими організаціями з метою впливу на їхні думки. Насправді він твердо вірив у роль держави в управлінні та організованому впливі на іноземну

громадськість. Його особливість полягала у включенні приватного спілкування з іноземною спільнотою.

Цей термін незабаром став домінуючим в уряді США, забезпечуючи теоретичні основи, необхідні для здійснення зовнішньої діяльності USIA інформаційного агентства США, яке займалося в період з 1953 до 1999 років поширенням офіційної інформації. В історії Конгресу США це поняття визначалось як «нова дипломатія», «культурна дипломатія» і «четвертий вимір зовнішньої політики» [129].

За словами колишнього дипломата США Х. Туха, публічна дипломатія – це «урядовий процес спілкування з іноземною громадськістю з метою досягнення розуміння ідей та ідеалів своєї нації, її інституцій та культури, а також своїх національних цілей та політики» [166]. Для досягнення таких цілей використовуються різні засоби, включаючи міжнародні ЗМІ, «культивування» міжнародних журналістів та науковців, культурна діяльність, обмін освітою та стипендії студентів, запрограмовані візити та конференції, публікації тощо [166].

Згідно з визначеннями Х. Туха, ми можемо визначити два виміри комунікації: прямий та інтервенційний вимір через засоби масової інформації. Це визначення має подвійне значення: воно збільшує кількість зацікавлених сторін у спілкуванні різних професій та прагне двостороннього спілкування не лише для інформування та переконання іноземних народів, де вони перебувають, за допомогою урядових та неурядових повідомлень із використанням засобів масової інформації, а також через прямий обмін через тих, хто приїжджає до країни, де поширюються такі повідомлення. Незважаючи на те, що це збільшує кількість зацікавлених сторін у сфері комунікації, він створює простір лише для держави, яка повинна організувати інші зацікавлені сторони з різних професійних профілів для спілкування зі світом [166].

Підвищеному інтересу до публічної дипломатії в останні роки сприяли концептуальні розробки в інших областях. Такі поняття, як маркетинг, зв'язок з громадськістю та брендинг, були включені вченими в область вивчення публічної дипломатії. Аналогічно, поняття «м'якої сили», яке було представлено

американським політологом Д. Най для багатьох став ключовим поняттям в дослідженнях публічної дипломатії. Д. Най дає визначення м'якої сили як «здатність отримати те, що ви хочете через залучення, а не з використання методів примусу або платежу». Іншими словами, м'яка сила – це ступінь, в якій культурні цінності, політичні ідеали і політика політичного актора викликають повагу чи симпатію з боку інших людей. Таким чином, м'яка сила стала розглядатися як ресурс, а публічна дипломатія – механізм, який прагне використовувати ресурси м'якої сили [155].

Важливо відзначити, що Дж. Най виділяв 3 вимірювання публічної дипломатії. Перший вимір – щоденне спілкування в першу чергу за допомогою засобів масової інформації та інтернету. Другий вимір – стратегічне спілкування для більшого впливу та залучення іноземної громади. Третій вимір – культурна дипломатія, яка реалізується без посередницьких та медіа-каналів, шляхом програм обміну, навчання тощо [155].

Незважаючи на вищезгадані визначення, проблема публічної дипломатії полягає у формулюванні єдиного визначення, яке в цілому було б прийнято усіма вченими. Публічна дипломатія неодноразово визначалася різними вченими і практиками в цій області. Проте, поки що неможливо дати тверде визначення, яке охоплювало б широкий спектр інтересів, що відповідають даному терміну.

Загалом визначення, надані вченими публічної дипломатії, здебільшого зосереджувались на загальних цілях, а також на інструментах, що використовуються для досягнення мети. Крім того, ці конотації представляють уряди як основних зацікавлених сторін у сфері комунікації, як транспортерів повідомлень, тоді як іноземна аудиторія виступає одержувачами цих повідомлень, а засоби масової інформації як посередницький канал зв'язку. Можливість взаємодії між відправниками та одержувачами повідомлення тут досить обмежена, і в цьому випадку зацікавлена сторона публічної дипломатії контролює повідомлення. Це також означає, що за такими визначеннями лише уряди є зацікавленими сторонами у спілкуванні з іноземною аудиторією. У сучасних суспільствах це значення стає все важче підтримувати. А саме завдяки

технологічному розвитку та глобалізації, тристоронній поділ між урядом, ЗМІ та людьми дедалі більше підривається, оскільки монополія уряду на медіа-канали переноситься на людей та суспільства.

Окрім уряду, недержавні суб'єкти країни виступають як зацікавлені сторони у сфері комунікації, наприклад: різні неурядові організації, міжнародні організації, корпорації тощо. Ці суб'єкти є незалежними або співпрацюють з державою. У 1968 році вчений Лі оцінив, що ми живемо в епоху публічної дипломатії, де діалог між собою є важливішим за спілкування між урядами. Іншими словами, Лі зосередився на іноземній громадськості, а не на традиційній дипломатії, яка займалася міждержавним спілкуванням. Це заклик до спілкування «один з одним» згодом додає зацікавленим сторонам у сфері комунікації включення осіб з різних країн, крім спілкування між державними чиновниками [131].

Ці зміни особливо важливі для нашого розуміння цього терміну, оскільки вони ввели нові зацікавлені сторони у сфері комунікації, що виходять за рамки традиційного державного обсягу. Хоча традиційно вчені розглядали державу, і лише державу як зацікавлену сторону, яка спілкується з іноземною громадськістю, тут ми бачимо появу приватних зацікавлених сторін та інших груп інтересів. Ця нова дипломатія не буде в короткостроковій перспективі витіснити традиційну міждержавну дипломатію, але міністерствам закордонних справ і дипломатам необхідно буде вийти за рамки двостороннього і багатосторонньої дипломатії. І намагатися побудувати, налагодити відносини з новими глобальними учасниками.

Таким чином, термін «публічна дипломатія» пройшов довгий шлях трансформації з моменту її виникнення. Але в науковому просторі досить не існує єдиного загальноприйнятого визначення. Зокрема, спочатку його використовували щоб дистанціювати закордонні урядові інформаційні заходи від терміна пропаганда. Починаючи з 1990 років термін почали ототожнювати з концепцією «м'якої сили», характеризуючи його прозорим засобом, який використовує держава для отримання зовнішніх надбань. Сьогодні під цим

терміном ми будемо розуміти спілкування між державними сторонами та іноземною громадськістю з метою просування зовнішньої політики, як правило, інформування, впливу та підвищення міжнародного іміджу актора чи проблеми.

2.2. Феномен цифрової дипломатії

Інтернет зайняв центральне місце в громадській та приватній комунікації, у той час як сучасні інструменти, зокрема, соціальні медіа, заохотили мільйони людей долучитися до відкритого діалогу на незалежних майданчиках. Завдяки тому, що понад два мільярди людей щодня використовують Фейсбук, Твіттер, Інстаграм та інші соціальні медіаплатформи, процес інформування, обміну думок, поширення індивідуальних теорій та конкретної ідеології змінив форму. Люди дедалі частіше послуговуються соціальними мережами і продукування новин, як і миттєва реакція реципієнтів відбувається цілодобово без географічних та мовних обмежень, адже більшість платформ пропонує додаткові функції (коментування дописів, поширення, переклад).

Згідно із статистикою, у середньому, користувачі смартфонів, зазвичай, проводять принаймні 3,1 годину на тиждень у соцмережах, бо відчують потребу бути обізнаним в останніх новинах [21]. Окрім цього, дослідники з'ясували, що 70% дорослих в інтернеті переглядають новини, які викликають у них індивідуальний інтерес та поширюють за допомогою лінків на власних офіційних сторінках. Відповідно до цього, 30% користувачів отримують новини та інформацію через Твіттер. Такі соцмережі, як Фейсбук, мають 845 мільйонів активних користувачів щомісяця, натомість зафіксовано, що Твіттер генерує 175 мільйонів нових твітів на день [21]. Соцмережі розширюють можливості отримання інформації з різних куточків світу.

Дослідження впливу інтернету на дипломатію констатують, що цифрові технології дозволяють все більшій кількості різних суб'єктів брати участь у політичних і дипломатичних процесах. Річард Грант, новозеландський дипломат, описує цей процес як «демократизацію дипломатії»: «Дипломатія стала демократизованою. Технологія дозволяє грати більшій кількості людей,

збільшує розмір ігрового поля майже в геометричній прогресії, і вона змінює правила кожен день» [117]. Отже, мережа зміцнила здатність недержавних суб'єктів брати участь в обговоренні рішень.

Хоча цифрова дипломатія стає важливою темою досліджень, їй все ще не вистачає офіційного визначення. Вчені по-різному досліджували цифрову дипломатію, зосередившись на всьому – від кібербезпеки до соціальних мереж і управління інтернетом. Ще одна причина такої неточності пов'язана з тим, що цифрова дипломатія часто називається по-різному.

Вчені використовують терміни «кібердипломатія», «мережева дипломатія», «е-дипломатія» і «твипломатія» як взаємозамінні. Хоча ці терміни схожі, але кожен префікс вказує на більш конкретний спектр семантики. Залежно від контексту використовують те чи інше визначення. Наприклад, «кібер» зазвичай вживають під час обговорення питань безпеки, «е» – для ділових питань, а «twi» використовують у зверненнях конкретно до Твіттера.

Взаємозамінне використання цих слів може здатися нешкідливим, але це частково впливає на те, що термін «цифрова дипломатія» немає чіткого визначення. Трактатування, запропоноване компанією «Dipofoundation», організацією, яка зосереджується на зв'язку між цифровими технологіями та дипломатією, є відносно правильним. Адже відповідно до нього, цифрова дипломатія «описує нові методи та способи ведення дипломатії через інтернет та ІКТ та їх вплив на сучасну дипломатичну практику» [135].

Останнім часом дипломати та політичні лідери не тільки оцінили ефективність популяризації ідеологічних меседжів через найбільш поширені соцмережі, але й почали використовувати різні способи та мультимедійні форми для залучення додаткової аудиторії. Піардіяльність та просування акаунту як елементу міжнародного іміджу стало вагомою складовою зміцнення зовнішніх відносин між країнами.

Вчені констатують, що витоки цифрової дипломатії походять із Сполучених Штатів. Слід зазначити, що початкові проекти цифрової дипломатії були запущені ще в середині 2000-х рр. при держсекретарі К. Райс, але якісні

перетворення вони отримали саме при держсекретарі Х. Клінтон. Зокрема, вона змогла сформувати зовнішньополітичні стратегії Державного департаменту з використання нових технологій. Під час перебування на посаді держсекретаря Клінтон зробила соціальні медіа невід'ємною частиною багатьох програм, що проводяться Державним департаментом (ДД), прагнучі використати цю популярну нову тенденцію як інструмент для управління державою. За її словами, Х. Клінтон хотіла запустити платформу управління державою 21-го століття «яка вийшла б за межі традиційних взаємин між урядами і безпосередньо взаємодіяла б з людьми по всьому світу» [12].

До реалізації проекту долучився старший радник Алек Росс, який відповідав за сприяння використовувати соціальні мережі в американському державному управлінні. Хоча він почав цю роботу в 2009 році, саме протести «Арабської весни» 2011 року привернули широку увагу до своєчасності та актуальності залучення нових комунікаційних платформ. А саме: Фейсбук, Твіттер та Ютуб, які протестувальники використовували для збору підтримки, координації дій і передачі ідейних меседжів.

А. Росс стверджував, що поширення комунікаційних та інформаційних технологій не тільки трансформує засоби соціального протесту, а й вказує на революцію в дипломатії: «Традиційно дипломатичні взаємодіяння полягали у спілкуванні між урядами. Однак з появою соцмереж і зростанням популярності мобільних технологій, взаємодія відбувається у зв'язках: «людина–уряд» та «людина–людина» [9]. Цей прямий зв'язок між громадянами та урядом дозволяє дипломатам спілкуватися з нетрадиційними аудиторіями і, так само, допускає громадянам до можливості впливати на уряд.

Таким чином, швидкі зміни в інформаційних технологіях почали руйнували ієрархічні структури влади і розширили можливості нових «мережевих» форм соціальної та політичної активності, які водночас змінили площину їхньої роботи. Попри те, що пріоритетом дипломатії є встановлення та підтримка прямих контактів між державними чиновниками. А. Росс і інші співробітники Держдепартаменту констатували, що дипломати не можуть

ігнорувати трансформацію інформаційного середовища. Як зауважив радник Хілларі Клінтон «Основне припущення полягає в тому, що ми втратили контроль над інформаційним середовищем. Єдиний варіант – прийняти зміни і працювати над їх формуванням» [12].

Її прихильність пріоритизації цифрової дипломатії підтверджується тим фактом, що досі Державний департамент має в штаб-квартирі 25 різних вузлів, які зосереджені на цифровій дипломатії, і більше 1000 співробітників використовують її в роботі вдома і за кордоном. На щоденній основі ДД також використовує соціальні мережі для моніторингу інформації, розміщеної в інтернеті. Це сприяє миттєвій зворотній реакції, надання відповідей на громадські запити. Також уряд моніторить канали Твіттер на більш, ніж 100 мовах.

З тих пір як Сполучені Штати прийняли цифрову дипломатію, країни в усьому світі слідують цьому прикладу. Зараз стало дуже поширеним та актуальним явищем, що посольства і консульства мають інтерактивні онлайн-сайти, а державні департаменти – акаунти в Фейсбук і Твіттер.

Натомість, Велика Британія з тих пір створила офіційний офіс цифрової дипломатії в своєму уряді, а такі країни, як Швеція, Франція і Польща, були відзначені спробами використання цифрових інструментів у державне управління. У азійському регіоні лідирує Індія. Її Міністерство закордонних справ опублікувало перший твіт у 2010 році. Деякі регіони, такі як Африка, ще не досягли значного прогресу в просуванні в цьому напрямку.

Соціальні мережі дозволяють дипломатам і посольствам спілкуватися в режимі онлайн з іноземними громадянами і підтримувати ділові взаємини. Таким чином, цифрова дипломатія дозволяє подолати обмеження традиційної дипломатії і постійно взаємодіяти з великою і різноманітною аудиторією. Примітно, що саме двостороння комунікативна природа соціальних медіа являє собою фундаментальну відмінність між цифровою дипломатією і дипломатією 20-го століття, що практикується через радіо або телебачення. Ще одним обмеженням традиційної дипломатії є відсутність представництва. Наприклад,

імператор Ефіопії вирішив вигнати шведського посла із свого двору. Мало того, що в такому випадку втратиться контакт між двома країнами, але й шведський посол також не зможе спілкуватися з ефіопськими громадянами, будь-то для того, щоб стимулювати торгівлю між обома країнами, зміцнювати політичні зв'язки або навіть розповідати про політику своїх країн в Африці [143].

Важко говорити про цифрову дипломатію, не згадавши про популярну дискусію з цього приводу, яку порушили вчені. Йдеться про те, чи використовує цифрова дипломатія нові технології для проведення публічних перемовин більш сучасним способом, або ж вона повністю змінює спосіб роботи публічної дипломатії, перетворюючи розмову з монологу в діалог.

Попри те, що цей інструмент може бути ефективним в дипломатичному вимірі, він може бути недоступним для реального здійснення на місцях. Незважаючи на спроби налагодити контакт із іноземною громадськістю, дипломати часто не мають можливості взаємодіяти з ним. Багато в чому це пов'язано з тим, що посольства, особливо американські, розташовані як компаунди, оточені великими парканами, які більшість не перетне. Самі того не бажаючи, дипломати спорудили комунікаційні бар'єри між собою і громадськістю, тоді як насправді вони намагаються їх зруйнувати.

Зважаючи на вищезазначене, констатуємо, що існує позитивна тенденція щодо залучення новітніх технологій, діджиталізації у зв'язок «цифровізації та публічної дипломатії». Адже дипломати використовують можливості інтернету, соціальних мереж з метою встановлення безпосереднього діалогу з громадянами. У зв'язку з цим деякі дослідники стверджують, що цифрова дипломатія відрізняється від публічної тим, що вона змінює форми взаємодії від монологу до діалогу [143]. Зовнішня політика може бути ефективною і корисною, якщо існує двосторонній обмін інформацією між громадськістю та урядом. Оскільки публічна дипломатія перейшла від радіо, яке зазвичай надсилало одне повідомлення всім користувачам, до інтернету, де на суспільну думку впливає низка факторів, а саме: різні позиції, велика кількість інформації та фейків.

Одним з найбільш привабливих аспектів цифрової дипломатії є здатність розвивати двосторонню комунікацію. Посол Нідерландів у Сполучених Штатах Рудольф Бекінк зазначає, що «цифрова арена відкриває нові можливості від індивідуальних бесід до діалогу зі спільнотами» [144].

Зважаючи на інформацію, яку зазначили раніше, методи традиційної дипломатії ґрунтувалися виключно на взаємодії між урядовими чиновниками. Хоча впровадження публічної дипломатії прагнуло змінити цю ситуацію, урядовці як і раніше взаємодіяли з громадськістю тільки на загальному рівні, зазвичай звертаючись до неї через односторонні радіопередачі. Розвиток соціальних мереж, таких як Твіттер та Фейсбук, створив відкриті діалогові майданчики. Завдяки цьому чиновники можуть спілкуватися з певними аудиторіями та конкретними особами.

Країни та їх зовнішньополітичні структури налагоджують двосторонню комунікацію з громадськістю, щоб краще розуміти позиції іноземної спільноти з певних питань. Один із прецедентів варто вважати випадок, коли міністр закордонних справ Великої Британії Вільям Хейгом використав власний акаунт в Твіттер для запуску ініціативи під назвою «зустрітися з Міністром закордонних справ» [143]. Суть її полягала в тому, що користувачі Твіттера надсилали Хейгому ідеї про те, які запитання, на їхню думку, повинні бути пріоритетними в Міністерстві закордонних справ у найближчі роки. За найкращі варіанти їх очікував подарунок – зустріч з міністром. Сотні людей приєдналися до твіту Хейга зі своєю думкою, демонструючи, як соцмережі можуть стати чудовим майданчиком для спілкування з громадськістю, для моніторингу думок в аспекті зовнішньої політики. Інші іноземні чиновники також стали добре відомі онлайн–взаємодіями. Наприклад, Твіттер–акаунт голландського уряду в будні з 8 ранку до 8 вечора присвячує відповідям на питання своїх підписників. Варто також зазначити, що 81% твітів президента Руанди Пола Кагаме – це відповіді іншим користувачам [143].

Нові функції соціальних мереж, такі як відеочат «Фейсбук Лайф» та опитування Твіттер, зробили ці взаємодії легшими та доступними. Зазначені

майданчики впливають на географію поширення інформації та процес встановлення стратегічних взаємин між суб'єктами дипломатії. Адже цифровізація призвела до того, що багато різної інформації стала доступною в інтернеті, дипломати більше не користуються монополією на неї. Це дозволило іншим недержавним суб'єктам стати більш цінними та створити нові стимули для чесної конкуренції. Попри те, що урядові чиновники раніше використовували ці сайти лише для взаємодії одне з одним, дедалі частіше вони стали шляхом підтримки ділових взаємин з громадянами та представниками сусідніх країн. Майкл Орен, посол Ізраїлю в США, зазначає, що багато дипломатів використовують соціальні мережі для того, щоб мати можливість спілкуватися з молодим поколінням. Інші приклади демонструє команда Digital Outreach компанії DOS, яка створила профілі на популярних інтернет-форумах арабською, урду (лашкарі) і перською мовами, щоб встановити зв'язки з громадянами, що живуть на Близькому Сході [135].

Цифровізація навіть призвела до появи нового, унікального типу мереж, відомого як «Твіпломатія». Її зараховують до того, як люди в сучасному світі формують відносини, просто «слідкуючи» один за одним в Твіттері. Дослідники почали вивчати вплив цих зв'язків на міжнародні відносини. Цікавий приклад, коли Сполучені Штати відновили свої відносини з Кубою після декількох років введення ембарго. 26 травня 2015 року Державний департамент вирішив «стежити» за Держдепартаментом Куби в Твіттері. Пізніше того ж дня Куба відповіла таким чином. Важливо зауважити, що це онлайн-з'єднання відбулося за 2 місяці до того, як ці країни офіційно вітали одне одного в мережах [135]. Хоча розмови про відновлення Альянсу велися і до цієї події, цей приклад демонструє, як соцмережі дозволяють відносинам розвиватися. Інші країни також прагнуть встановити взаємовідносини за допомогою підписки на офіційну сторінку держави. Дослідники, які вивчають Твіпломатію, зафіксували, як невеликі країни намагаються налагодити відносини з рештою світу. Перу, наприклад, слідує за 509 світовими лідерами в Твіттері [135].

У сучасному світі, коли люди «трансляють» своє життя громадськості, оновлюють статуси в Фейсбуці і публікують фотографії у Твіттері. Ця тенденція з природним бажанням знати, що робить уряд, призвела до громадської вимоги прозорості. Адже дипломатія є професією, у якій потрібно дотримуватися балансу між конфіденційністю та прозорістю.

Дипломати мають послуговуватися новими технологіями повною мірою, бо за допомогою персоналізованих повідомлень, дописів–звітів політичні лідери можуть вплинути на громадську думку та зосередити їхню увагу на важливих та актуальних запитаннях. Наприклад, экс–президент Сполучених Штатів Дональд Трамп щодня публікує твіти, щоб його послідовники знали, з ким він зустрічається в цей день і що вони обговорили. Згідно з дослідженнями, персоніфіковані повідомлення, подібні до цих, мають позитивний ефект, адже вони змушують аудиторію приділяти більше уваги цій інформації, та створити візуальні образи в уяві. Зокрема, емоційні твіти отримують найбільшу увагу в інтернеті, а дописи президента Трампа часто ретвітуються, відправляються іншим, в кінцевому рахунку поширюючи його послання. Така персоналізація є чудовим взірцем для дипломатів і політичних лідерів, які хочуть взаємодіяти з громадськістю.

Використання цифрової дипломатії також веде до зниження фінансових і екологічних витрат. З розвитком технологій іноземним представникам більше не потрібно сідати в літак і їхати в іншу країну, щоб провести зустріч. Телекомунікаційні технології, такі як Скайп і ФейсТайм, дозволяють людям спілкуватися віддалено, маючи можливість обговорювати проблеми, ніби вони просто перебувають в одній кімнаті. Це означає, що іноземні представництва більше не повинні витратити стільки ж коштів на транспортні витрати і можуть замість цього скерувати гроші на інвестиції в інші області.

Попри те, що нова технологія має багато переваг, вона також створює низку проблем. Одна з них полягає в тому, що деякі з вищезазначених переваг фактично не досягаються на практиці. Наприклад, деякі державні чиновники, яким надали сторінки в соціальних мережах для розширення впливу, не

користуються цією можливістю. Дослідження, яке вивчає комунікаційні стратегії, що використовуються західними країнами в соціальних мережах, дає негативні результати, демонструючи, що більшість дипломатів не спілкуються з колегами за межами своєї країни. Це також показує, що неурядові організації, за якими варто слідкувати, не дуже різноманітні, тому сегмент інтересних акаунтів зосереджений лише на бізнесі. Ця інформація свідчить про те, що держави і їх представники як і раніше не можуть використовувати соціальні мережі повною мірою.

Відповідно до результатів дослідження соціальних мереж, констатуємо, що багато авторів вводять в оману, коли мовиться про Твіттер і про те, як його використовувати. Наприклад, посол Індонезії Джалал зробив величезну роботу з придбання великої бази підписників на своєму акаунті у Твіттері; однак рейтинги показують, що він менш впливовий, ніж посли з меншою кількістю послідовників. Це означає, що, хоча у нього велика аудиторія, посол Джалал не твітує таким чином, щоб це призвело до збільшення взаємодії або розширення впливу [135]. Він не єдиний, багато урядових чиновників почали використовувати Твіттер, не знаючи, що вони роблять. Наприклад, міністр закордонних справ Швеції Карл Більдт, як повідомляється, допустив помилку в засобах масової інформації, коли опублікував твіт такого змісту: «Залишаю Стокгольм і прямую в Давос. З нетерпінням чекаю вечері по Всесвітній продовольчій програмі сьогодні ввечері. Глобальний голод – це нагальна проблема!» [137]. Оскільки його послідовники помітили помилку із формулюванням його заяви, Більдт в кінцевому підсумку завдав шкоди своєму іміджу замість того, щоб підтримати його. Інший приклад можна побачити в тому, як французький посол у Сполучених Штатах твітував про те, що світ закінчується, коли Дональд Трамп був обраний президентом, присоромивши тих, хто голосував за нього. Цей твіт розглядався як дуже суперечливий і значною мірою несхвальний, тому він в кінцевому підсумку видалив його [137]. Це проблематично, адже весь сенс цифрової дипломатії полягає у використанні

соціальних мереж як легкого й доступного способу донесення інтересів держави і розвитку важливих відносин.

Навчання в соціальних мережах, здається, пропонує вирішення цієї проблеми. Деякі урядовці почали наймати фахівців з комунікацій для ведення акаунтів у соціальних мережах, щоб найкращим чином поширювати свої політичні ідеї. Для інших, здається, що курси соціальних мереж можуть бути корисними в роботі, щоб допомогти тим, хто хоче самостійно керувати своїми обліковими записами.

Можливо, найбільша проблема для чиновників, які працюють із цифровою дипломатією, скорегувала їхню роль. До етапу переходу на цифрову систему основним обов'язком дипломатів було представляти свої уряди під час перебування за кордоном і повідомляти інформацію після повернення. Оскільки дипломати в основному не мали можливості спілкуватися зі своїми урядами під час їх відсутності, інформація, яку вони надавали після повернення, вважалася новою і цінною. З появою соціальних мереж, будь-яка людина може бути як виробником, так і споживачем інформації. У зв'язку з цим, дипломати втратили свою монополію на можливість повідомляти першими про те, що відбувається в інших країнах.

Завдяки цьому зрушенню посадові особи в центральних установах мають миттєвий доступ до міжнародних засобів масової інформації і можуть відповідним чином корегувати цілі своїх зовнішньополітичних місій. Через це дипломати в сучасному світі менш вільні в своїх межах розвивати відносини між країною, з якої вони приїхали, і країною, в якій вони знаходяться. Самі ж Міністерства закордонних справ отримали набагато більше повноважень, отримавши доступ до доповідей, за підготовку яких раніше відповідали дипломати. Вони можуть подолати цю проблему, якщо адаптують свою роль до цієї нової системи комунікації. Якщо дипломати більше не будуть просто повідомляти про зібрану ними інформацію, а зможуть аналізувати її, то відіграватимуть вагомую роль у міжнародних справах. З такою великою кількістю інформації, що розміщується в інтернеті, дипломати мають зрозуміти, де правда,

а де фейк. Якщо в сучасному світі вони зможуть перейти від простого повідомлення інформації до створення гіпотез і дискусій, то впливатимуть на зовнішньополітичні рішення.

Таким чином, цифрову дипломатію зазвичай розуміють як форму публічної дипломатії. До неї зараховують використання цифрових технологій і соціальних мереж, таких як Твіттер, Фейсбук. Соціальні мережі значно змінили сьогодення міжнародного співтовариства. Вони стали безперечним каналом дипломатичної комунікації. Використання соціальних мереж дипломатами відкрило можливості для спілкування між політиками та громадянами. Ці інструменти надають дипломатичним місіям прямий доступ до громадян як всередині країни, так і за її межами. Ця комунікація часто обходить державні та медійні фільтри, потенційно дозволяючи країнам більш ефективно впливати на зарубіжну аудиторію і досягати дипломатичних цілей.

РОЗДІЛ 3

ІНСТРУМЕНТИ ЦИФРОВОЇ ДИПЛОМАТІЇ США В ЗОВНІШНІЙ ПОЛІТИЦІ

3.1. Фейсбук як інструмент цифрової дипломатії

Фейсбук відіграє важливу роль у новому столітті цифрової дипломатії. Ця соцмережа дала можливість Міністерствам закордонних справ та іншим представниками дипломатичного світу висвітлювати їхню діяльність, просувати змістовні послання з питань зовнішньої політики, безпеки, економіки і культури.

Згідно статистики, Фейсбук – це друга за популярністю мережа серед урядових лідерів з найбільшою аудиторією. Цю платформу використовують глави держав і урядів, міністри закордонних справ 179 країн, що представляють 93 % держав–членів ООН [20].

Термін «Фейсбук–дипломатія» вперше використали в жовтні 2008 року в Твіттері. Це пов'язано з активним використанням президентом США Б. Обамою цієї соцмережі під час проведення передвиборній кампанії. Як результат – ефективно просування політичної ідеології та перемога. Тобто, це вказує на те, що Фейсбук–дипломатія може впливати на зовнішню та внутрішню політику країни. Ми вирішили дослідити тільки зовнішній аспект соцмережі впливу на іноземну спільноту.

Зокрема під час наукового дослідження, ми зацентрували увагу на моніторингу офіційних сторінок посольств США у Фейсбуці. Для аналізу ми обрали 6 посольств в Україні, Білорусії, Росії, Аргентині, Великій Британії та Алжирі.

Керуючись завданнями магістерської роботи розглянемо це детальніше. Аналізуючи офіційний акаунт посольства США в Мінську, Білорусь, ми з'ясували, що сторінка @usembassy.minsk має 21 569 підписників, та сподобали обліковий запис близько 20 033 користувачів. Почав поширювати записи з 2010 року [24].

Під час моніторингу ми констатуємо, що більшість дописів на сторінці присвячені проблемі безкарності влади Білорусі під час фальсифікованих виборів, що відбулися 9 серпня, а також описані події після офіційних оголошень результатів. Представники США закликають можновладців припинити репресії щодо білорусів і прислухатися до вимог громадян. Посольство США продовжує підтримувати Білорусь та її народ, і робить все можливе для зміцнення взаєморозуміння, продовження співпраці в напрямі розвитку між народами країн.

Ще одним напрямком діяльності є підтримка працівників сфері освіти, а саме білорусам пропонують взяти участь у відкритих конкурсах за програмою «Фулбрайт» для молодих викладачів в закладів вищої освіти.

Згідно з підрахунками, у середньому офіційна сторінка посольства набирає за допис 100–300 сподобань. Також користувачі активно коментують новини у середньому 10 відгуків, 10 репостів. Найбільше реагують на дописи про масові протести, фальсифікації виборів, наприклад допис про: *«Продовження подій в Білорусі – «Багатотисячна колона людей на Машерова з висоти пташиного польоту»*, зібрало 260 сподобань, 10 коментарів, де білоруси дякують за підтримку [24].

Менше уваги користувачів приділили таким тема, як: візові питання, новинам про коронавірус, програми психологічної і соціальної підтримки. Білоруси не активно реагували на цю інформацію, приблизно 10–15 вподобань.

Можна сказати, що білоруси сприймають американців як дружню державу, побратима, які підтримують їх у важкий час.

Крім цього, в Україні також є офіційна сторінка посольства США, яка називається @usdos.ukraine, що налічує 121 769 підписників, 116 803 користувачів вподобали цю сторінку. Діє акаунт з 2009 року [27].

За проаналізований період ми визначили основні теми публікацій, а саме події пов'язані зі святковими днями, реакція американських дипломатів на внутрішні зміни у владній сфері та геополітичну ситуацію та інше.

На сторінці наявний мультимедійний контент, зокрема відео з привітаннями. Наприклад, допис, що присвяченій *Дню української писемності та мови*. У відео американські дипломати поділилися своїми улюбленими українськими словами. Цей допис зібрав 1,1 тис уподобань, 31 коментар та 286 людей поділилися їм на своїх особистих сторінках [27]. Коментарі здебільшого позитивні: «Класне відео! Дякуємо за таке тепле привітання!»; «Ви завжди такі креативні, по українськи, що перехоплює дух!» [27].

На сторінці опублікований допис присвяченій вшануванню пам'яті громадській активістці Катерині Гандзюк, яка боролась за права громадян, намагалась подолати корупцію в країні. Українці писали слова подяки, що американські дипломати не забувають наших героїв.

Також, дипломати висловлюють чітку позицію щодо Криму, публікуючи дописи з відповідними хештегами #КримЦеУкраїна, які зібрали 340 уподобань [27].

Користувачі активно коментують дописи чи публікації, які розміщені на офіційній сторінці посольства.

Офіційна сторінка посольства США існує і в Росії, яка має назву @russia.usembassy. За нею слідкують 47 367 підписників, вподобали сторінку – 45 431 чоловік. Створена в 2010 році [26].

На сторінці ми фіксуємо невелику активність російських підписників, що вказує на те, що вони не зацікавлені в зближенні з США. Але росіяни постійно моніторять останні події, новини аби знати ставлення Америки до них.

Теми останніх дописів присвячені – Дню пам'яті загиблих журналістів та кореспондентів, які висвітлювали збройні конфлікти по всьому світу; святі морської піхоти США, який виповнюється 245 років. Ці публікації налічують близько 100 вподобань, 5–15 репостів, 10 коментарів [26].

Також, на цьому акаунті публікується програми навчання, онлайн лекції, віртуальні зустрічі з різними науковцями. Наприклад допис, *про тиждень міжнародної освіти посольства США і американського Центр в Москві на*

якому відбулась віртуальна зустріч з педагогом і астронавтом НАСА Дороті Меткалф–Лінденбургер. Налічував 28 лайків, 3 коментарі, 4 репости [26].

Аналізуючи сторінку, можна сказати, що користувачі пасивні, залишаючи мало коментарів, відсутня зворотня реакція.

Посольство США в Аргентині має офіційний аккаунт @EmbUSARG, який налічує 219 327 підписників, та 221 202 вподобань. Сторінка діє з 2008 року [23]. На офіційній сторінці велика кількість інформації про навчальні програми обміну, це допомагає підтримати зв'язок між культурами центрами і передати досвід через міжнародну освіту. Крім цього існують різноманітні творчі обміни, а також конкурси виконавських мистецтв в США, до якої зараховують гастролі в США 2022–2023 рр. для музики, театру, танцю та візуального мистецтва. Ця інформація цікава для жителів Аргентини, які вподобали та поширили ці дописи.

Також переважають публікації, про свята та дні пам'яті, наприклад допис за 11 жовтня 2020 року з привітанням З Днем # Ветеранів2020. Зібрав 800 вподобань, 57 коментарів та 42 поширення на своїй сторінці [23]. Люди ділились схвальними відгуками, розповідали про подвиги своїх батьків або прадідів.

Одним із яскравих прикладів дописів є привітання з Днем мертвих. Це традиційне мексиканське свято – запрошення віддати шану померлим близьким. Свічки, квіти календули, цукрові черепа, їжа та майно померлого – деякі елементи, якими прикрашають надгробки та вівтарі. Останніми роками День мертвих святкують у багатьох місцях США, що обумовлює велике культурне різноманіття країни. «Коко» Діснея Піксара змальовує це свято захоплюючою історією та піснями [23].

Одним із елементів зацікавлення та залучення аудиторії є пряий заклик до діалогу. Наприклад, «Ви бачили фільм? Скажи нам, що ти думаєш!». Цей дописав набрав 36 вподобань, 16 коментарів та 18 репостів [23]. Це говорить нам про наявність діалогу з іноземною громадськістю, про бажання американських офіційних представників до неформального спілкування.

Найбільш популярним серед користувачів є фахові коментарі щодо візових питань. Ці дописи середньому набирає 200 вподобань, їх активно коментують (70 коментарів) та передають (40 репостів).

У ході ретельного аналізу, ми визначили, що на офіційному аккаунті посольства США в Аргентині розміщується здебільшого інформація про навчання, візові питання, а також привітання зі святами.

У Великій Британії існує офіційний аккаунт посольство США, який має назву @uk.usembassy. Нараховує 114 312 підписників, 113 267 вподобань. Ця сторінка активна з 2009 року [25].

Сторінка посольства США в Великій Британії містить багато інформації про голосування на виборах. Як приклад, допис за 14 жовтня присвячений правилам голосування для громадян США: *«До виборів президента США 2020 року залишилося менше 3 тижнів! Громадяни США ви вже проголосували? Якщо ви цього не зробили, ось декілька вказівок щодо повернення виборчого бюлетеня. Ви також можете відвідати fvar.gov для отримання додаткової інформації»* [25]. Цей допис вподобався 50 користувачам, вони залишили 8 коментарів, 2 репости.

Ця сторінка не стала винятком, тут також наявні дописи про свята та дні вшанування. На сторінці ми можемо спостерігати, повідомлення про дні пам'яті загиблих і зниклих без вести військових ветеранів ВВВ. Новина за 11 листопада 2020 року: *«Разом ми вшановуємо пам'ять усіх, хто з тих пір втратив своє життя за свободу як в світових війнах, так і у всіх конфліктах (#RemembranceDay)»*. Ця новина зібрала 320 уподобань, 23 коментарі та 30 репостів [25]. Підписники дякували за поважливе ставлення Америки до їх.

Також, посольство США розміщує навчальні програми для студентів, які бажають навчатися закордоном. Наприклад: *«Приєднуйтеся до американсько–британської комісії Фулбрайта 3 листопада на LLM Fair 2020, щоб ознайомитися з варіантами навчання в одній з 25 найкращих юридичних шкіл»* [25]. Ця інформація сподобалась 32 людині, 12 прокоментували та 6 репостів. Крім цього, можна приєднатися до Фонду Альянс демократій для віртуальних

бесід #DefendDemocracy. Наприклад 6 листопада 2020 року, обговорювали *«Тиск Китаю на демократію та способи реагування: трансатлантичні перспективи»* [25]. Ці взаємодії не дуже популярні, мало людей приймають участь у цьому. Ця пропозиція зібрала 17 вподобань, та по 1 коментарю, репосту.

В середньому пости публікують 3 рази на тиждень. В порівнянні з частотою публікацій в інших країнах, ми спостерігаємо меншу активність. Якщо кількість поширених дописів низка, тоді аудиторія втрачає цікавість і менше реагує, слідкує за діяльністю посольства.

Офіційна сторінка посольства США в Алжирі має назву @USEmbassyAlgiers. Була створена 17 червня 2011 році, на ній нараховано 771 767 підписників та 722 377 вподобань [22]. Цей акаунт із обраних посольств є найбільшим популярним. Фіксуємо велику активність іноземної спільноти, через події «Арабської весни», коли соцмережі стали платформою для вираження думок, незгоди з укладом соціально–політичного життя.

Із тематичного спектру висвітлюють пам'ятні дні свята, події, які вплинули на становлення країни. Наприклад, останній допис присвячений тижню підприємництва: *«Сьогодні тимчасовий повірений у справах Гаутам Рана обідав з групою талановитих молодих алжирців, які брали участь у реаліті–телевізійній програмі «У мене є мрія», профінансовані посольством США на початку цього року»* [22]. Тим самим, посольство США в Алжирі прагне сприяти розвитку підприємництва та диверсифікації економіки Алжиру. Ця новина сподобалась 1,8 тис. користувачів, 123 рази прокоментували її та 21 репостів [22].

Крім цього, є велика кількість дописів, присвячені програмам обміну, навчанням, культурним подіям. Як приклад, публікація за 15 жовтня: *«Учні середньої школи тільки перший і другий рік, цікаво чи ви проведи місяць в США влітку 2021 році? Не пропустить цю можливість балотуватися на Алжирську молодіжну програму, яка повністю профінансована і зосереджена на розвитку молодіжних лідерів та на громадському спілкуванні. Кандидати повинні бути від 15 до 17 років...»*[22]. Ця новина буда підтримана великою кількістю людей:

6,5 тис. вподобань, 2,2 тис. коментарів та 1 тис репостів. Велика частота дописів, а саме 2–3 новини на день, позитивно впливають на залучення аудиторії, акцентування уваги користувачів на найважливіших подіях, а також це сприяє налагодженню зворотнього зв'язку.

Ми проаналізували дописи посольств США, та виокремили тематичні категорії інформації, які вони публікують в соціальних мережах: інформація для місцевих жителів про імміграційні процедури та візові вимоги; працевлаштування в посольстві, фінансування проектів розвитку та стипендії; інформація для іноземних громадян про голосування на виборах або про те, як брати участь у заходах в національні дні; повідомлення, що містять інформацію і виражають співчуття щодо наслідків, які спричинили стихійні лиха. А також новини, які пов'язані з місцевими святами або днем пам'яті; інформація, запрошення та конкурси, пов'язані з такими подіями, як виставки, вистави та фестивалі; історії про місцевих жителів, які досягли успіху в різних сферах (випускники або лауреати премії); публікації, в яких висвітлені національні активи «м'якої сили», такі як культурні та соціальні інститути та заходи, а також політика, що демонструє хорошу міжнародну громадянськість (наприклад, захист навколишнього середовища та підтримка прав людини); зображення та відео відомих місць, знаменитостей, національних ікон і традицій.

Можна сказати, що на цей час державні структури США, а саме посольства та дипломати намагаються використовувати Фейсбук у якості нового інструменту публічної дипломатії, для впливу на іноземну громадськість. Під час аналізу сторінок посольств США в Україні, Білорусії, Росії, Аргентині, Великій Британії та Алжирі, були виявлені основні теми публікацій, а саме інформація для місцевих жителів про імміграційні процедури та візові вимоги; працевлаштування в посольстві, фінансування проектів розвитку, стипендії; інформація для іноземних громадян про голосування на виборах; новини, які пов'язані з місцевими святами або днем пам'яті тощо. Американські дипломати та послы за допомогою дописів у соцмережі пропагують демократичні цінності

та ідеали. Ця так звана тактика доброзичливої ввічливості, характерна для дипломатичного протоколу.

Під час наукового дослідження було виявлено, що більшість сторінок містить інформаційний контент, а саме публікації посольств США в Україні, Білорусії, Росії. Сторінки посольств США в Алжирі, Аргентині мають активних користувачів, які слідкують за оновленнями, постійно реагують на дописи, намагаються бути свідомими громадянами.

3.2. Твіттер—дипломатія як новий спосіб реалізації «м'якої сили» США

Широке впровадження публічної дипломатії (крім традиційної), із залученням електронних ЗМІ, привернуло увагу до ролі соціальних мереж як нових дипломатичних механізмів впливу на світову громадську думку. Соціальні мережі останнім часом стали важливим інструментом дипломатії, який використовується для поширення інформації та комунікації між публічними особами та іноземною громадськістю. Світові лідери і уряди в усьому світі почали використовувати соціальні мережі в якості стратегічного ресурсу, оскільки багатомільйонна аудиторія дивиться новинні канали, в першу чергу в соціальних мережах, таких як Фейсбук, Твіттер, Інстаграм, Ватсап, Телеграм тощо.

Як би ми не називали цю нову тенденцію в дипломатії, соціальні медіа—інструменти, такі як Твіттер, змусили дипломатів і комунікаторів переосмислити і перебудувати дипломатію, помістивши її в інший контекст. У певному сенсі, це схоже на те, як Твіттер змінив ДНК дипломатії: свого роду генетична адаптація до нових технологій [161]. Щоб максимально використовувати цифрові технології, для просування політичних цілей, потрібно детальніше ознайомитись з особливостями Твіттера. Важливо зрозуміти, як практика цифрової дипломатії може сприяти поліпшенню зовнішньополітичної стратегії, як на двосторонньому, так і на багатосторонньому рівні, і як традиційна дипломатія може бути доповнена новими інструментами.

У той час як інформаційні технології в цілому і досягнення в області мобільного зв'язку зокрема забезпечують більш ефективно використання інформації, важливо підкреслити той факт, що дипломатичні структури в усьому світі не відходять від традиційних інструментів; скоріше, вони вивчають нові інноваційні шляхи інтеграції своїх зусиль. Здебільшого дипломати це консервативна частина політиків. Вони з обережністю відносяться до нових інструментів дипломатії. Але в час популярності соцмереж, їм важливо зрозуміти, як за допомогою цих технологій можна маніпулювати і формувати зовнішньополітичні цілі. Насправді, хоча виникнення Твіттера зовсім не пов'язане з дипломатією, можна з упевненістю сказати, що він, безумовно, сприяв підвищенню значущості дипломатії в засобах масової інформації та за її межами і, забезпечив їй кращі можливості для поширення інформації.

Твіттер та інші інструменти соціальних мереж – це спосіб доповнити зовнішню політику, для кращої взаємодії між державами і народом, де послі і дипломати починають взаємодіяти з менш традиційними акторами і гравцями, – цитуючи Енн–Марі Слотер, колишнього директора з планування політики в Держдепартаменті США (2009–2011 років) [161].

Твіттер став вибором для багатьох дипломатів по всьому світу, радикально змінивши спосіб просування зовнішньої політики всередині країни та за кордоном з цільовою аудиторією. Його безпосередність, простота споживання і широке охоплення є ключовими елементами.

Один з провідних американських експертів в області технологічних інновацій Алек Росс одного разу сказав: «уряди і дипломати повинні навчитися слухати і вчитися у людей в соціальних мережах. В інтерв'ю NPR А. Росс промовив: «Я кажу всім нашим послам, пам'ятайте, що у вас тільки один рот, але у вас є два вуха, тому використовуйте це як спосіб не тільки для спілкування з громадянами країни, де ви служите, але і розуміння точки зору людей, які, можливо, не сидять за столом червоного дерева всередині посольства» [14].

Це дає можливість краще оцінити, як користувачі Твіттер впливають на суспільство і політику через твіти і коментарі. Оскільки протягом багатьох років

Твіттер став ключовим інструментом цифрової дипломатії. Можемо виділити компоненти які, є основними для дослідження впливу. Послідовники, безумовно, є частиною рівняння, але інші елементи відіграють більшу роль: взаємодії, згадки, активність, ретвіти. Всі вони посилюють присутність користувача в Твіттер за межі досяжності аккаунта через його підписників. «Хтось з мільйонами читачів може бути не цікавим, в той час як дехто, за яким слідують лише десятки тисяч, може бути впливовим, чиї повідомлення будуть пересилатися іншими користувачами», – цитує співзасновник Твіттер Еван Вільямс [161].

Він має на увазі, що Твіттер може бути феноменальним інструментом цифрової дипломатії тільки тоді, коли він веде до відкритої розмови, а не до монологу. Слухати так само важливо, як і діяти. Незалежно від того, чи це повідомлення або взаємодія з громадськістю, воно має важливе значення для зміцнення довіри, розширення впливу на можливих нових підписників. У зв'язку з викладеним вище, вплив проявляється у трьох якостях: слухати, спілкуватися і залучати.

Як уже вказувалося раніше спілкування та взаємодія з громадськістю, як всередині країни, так і за кордоном, є головною метою більшості послів у Твіттер, і ключовим елементом для досягнення більшого впливу в так званій Твіттер–сфері. Починаючи з 2010 року популярність Твіттера дуже швидко зростала, сервіс налічував понад 250 млн. користувачів, близько 80 мільйонів користувалися їм щодня [59]. Дипломати розуміючи це почали активно використовувати Твіттер для налагодження контактів з іноземною громадськістю.

Яскравим прикладом може служити колишній постійний представник США при ООН посол Сьюзан Райс (@AmbassadorRice – 504, 8 тис. читачів на 12.11.20). У 2012 році налічувалося близько 185 000 підписників, яка була одним з найпопулярніших дипломатів у світі [36]. Райс була першою, хто використовував Твіттер за закритими дверима в Раді Безпеки ООН в Нью–Йорку,

і завжди була відвертою в своїх твітах. На початку лютого 2012 року вона писала в Твіттері:

«Я обурена тим, що Росія і Китай завадили Раді Безпеки ООН виконати його єдину мету. Росія і Китай наклали вето на Сирію, я думаю, вони ще пошкодують. Особливо коли в кінцевому рахунку вони зіткнуться з новою демократичною Сирією. Недалекоглядно» [36]. Цей твіт набрав близько 3000 ретвітів, був підтриманий великою кількістю людей.

Крім того, цей твіт занепокоїв Міністра закордонних справ Сергія Лаврова, чий слова були процитовані у Твіттері Міністерства закордонних справ Росії @mfa_russia: «Деякі західні держави намагаються замаскувати те, що відбувається за істеричними заявами про вето Росії щодо Сирійської резолюції» [1].

«Криза в Сирії, зокрема, вивела використання Твіттер на абсолютно новий рівень», – йдеться в повідомленні GlobalNewsroom.org, яке написало у травні 2012 року, посилаючись на те, як «перетягування каната, що почалося за закритими дверима в Раді Безпеки, перемістилося в Твіттер–сферу» [161]. З тих пір як рік тому почалася криза, Рада Безпеки щосили намагається прийти до одноголосного рішення про те, як вирішити заворушення в Близькосхідній країні», – писали вони. «Війна твітів спалахнула серед протиборчих дипломатів, які жорстко обмінювалися повідомленнями у Твіттері під час закритих засідань. Їх мета була завоювати громадську думку і чинити тиск на опонентів» [161].

У тому числі, посол Райс сприяла зміні способу взаємодії дипломатів із засобами масової інформації і те, як посольства і консульства готують новинний цикл. З одного боку, вона вирішила використовувати Твіттер для публікації новин та інформації. З іншого боку, вона була дуже уважна до того, щоб зробити американську громадськість більш активною в процесі прийняття рішень ООН.

Перш ніж відкрити ротацию головування США в Раді безпеки в квітні 2012 року, Райс оголосила, що вона залучить Твіттер, для ознайомлення коментарів американців про її роль в ООН: «Моя перша прес–конференція в якості голови РБ ООН відбудеться у вівторок. Давайте послухаємо ваші

запитання: використовуйте хештег #AskRice» [36]. Відповіді були досить приголомшливі, і посол Райс вирішила продовжувати розвивати діалог протягом усього квітня, відповідаючи на питання за допомогою хештега #AskRice.

Також сьогодні активно використовують Твіттер і послы США. Наприклад, Джозеф М. Янг, посол США в Японії (@USAmbJapan – 37,4 тис. читачів, де 80% мешканців Японії), який розпочав свій обліковий запис у Твіттері в 2017 році [43]. Його перший твіт: *«Конічива, Японія! Я з нетерпінням чекаю честі вручити завтра свої вірчі грамоти Його Величності імператору Японії»*, яке було ретвітнуто близько 500 користувачами [43].

Під час свого перебування в Японії посол Хагерті ділиться своїми думками по мірі виконання своїх офіційних обов'язків, а також у міру того, як він і його сім'я заново відкривають Японію і зустрічаються з місцевими громадами. Твіти регулярно публікуються як англійською, так і японською мовами. Щоб зв'язатися з послом Хагерті, потрібно використовувати хештег #AmbHagerty (# テテ大大大 по-японськи) [43].

Крім цього, 27 жовтня 2020 року було викладено відео, де співає американо-японський хор, від програми «Tomodachi», освітнього обміну здійснювана посольством США в Японії і некомерційною Американо-японською Радою. Цей твіт викликав захват у користувачів (1,5 тис. лайків, 563 ретвітів) всі хвалили виконавців, добрі коментарі про близькість американо-японських відносин [43].

Вуді Джонсон (@USAmbUK – 52,2 тис. читачів, 60% мешканці Великої Британії) – посол США у Великій Британії (від 23.08.17) [41]. На його сторінці, твіти маю чітку позицію з питань зовнішньої політики США, ретвітує здебільшого офіційні відомості посольства або твіти Держдепартаменту, але зі своїми коментарями.

Як наприклад, твіт за 12 жовтня 2020 року: *«Дії білоруської влади несправедливі. Ми підтримуємо Велику Британію і народ Білорусі в прагненні до демократії»*, яка за одну годину набрала 55 ретвітів [41].

Відповіддю на цю заяву став твіт мешканця Великої Британії Деніела Аппельквіста (@torgo – 6 500 читачів): «Приємно було подивитися. Я сподіваюся, що Ви так само ставитеся до демократії і важливості мирної і впорядкованої передачі влади в нашій країні». Прокоментувала, цей пост і Колет (@Lettie – 606 читачів): «Ми в Великій Британії стоїмо разом з США і народом США в прагненні до демократії».

Через коментарі іноземної громади, ми можемо побачити відношення англійців до висловлювань посла, вони підтримую його позицію.

Джоржетта Мосбахер посол США в Польщі (@USAmbPoland – 46,5 тис. читачів, де 70% мешканці Польщі). Дата реєстрації серпень 2018 рік. [40]. Твіти регулярно пише як англійською, так і польською мовами, щоб охопити більш широку аудиторію. В аккаунті здебільшого публікується або ретвітується інформація про офіційні зустрічі, бесіди або заяви.

Твіт 30 жовтня 2019 року: «Шановний президент Путін, Гітлер і Сталін вступили в змову, щоб почати Другу світову війну. Це факт. Польща стала жертвою цього жахливого конфлікту» [40]. Це була реакція Джоржетти на заяву В. Путіна, що Польща несе відповідальність за початок війни.

Цей твіт ретвітнули 2,7 тис. читачів, а сподобався він 10,5 тис. Підписники дякували (поляки, українці) їй за цю заяву, як цьому підтвердження твіт польської фотографині Перлінка Джоанна (@JoannaSikorski – 4 196 читачів): «Дякую вам, посол Мосбахер, за цю заяву!!!» [40].

Твіт 19 жовтня 2020 року: Америка знову в ядерній грі. Я рада, що @SecBrouillette #Naimski завершили сьогодні нову важливу угоду про цивільне ядерне співробітництво між Польщею і США. Ми готові допомогти Польщі в галузі ядерних технологій та її фінансування (ретвіти –39, лайки – 75, коментарі – 16). Твіт 24 жовтня 2020 року: «Пан президент @AndrzejDuda, @PrezydentPL, я молюся за твоє швидке одужання. Бажаю вам багато сил!» (ретвіти – 30, лайки – 72, коментарі – 32) [40].

За нашим переконанням, посол Мосбахер активно використовує Твіттер, як для лише для налагодження офіційних відносини з державними особами, так і для спілкування з іноземною спільнотою.

Роберт Кохорст – посол США в Загребі (@USAmbCroatia, 50% жителі Хорватії). Має офіційний твіттер-акаунт Місії США в Республіці Хорватія, який зараз налічує 5 594 читачів [42]. У своєму акаунті він дотримується таких правил: не бути грубим та ніколи не забувати, що ви представник глави держави і, повинні вести себе гідно. Він створює позитивний образ американця, який завжди дуже щирий та відвертий зі своїми підписниками.

На його сторінці можна побачити як і офіційну інформацію, що стосується відношень США та Хорватії, так і особисту, приклад цього є твіт за 1 жовтня 2020 року: *«Хороша прогулянка по Плітвіцькому парку сьогодні. Відмінна погода і мало людей. Добре вийти з дому в безпечній обстановці»* [42]. Цей твіт сподобався 135 людям, вони прокоментували його порекомендувавши приїхати на острови Црес і Лошинь.

Річард Гренелл (@RichardGrenell – 684,8 тис. читача) посол США в Німеччині, веде сторінку від особистого імені. Офіційно зайняв свою посаду в 8 травня 2018 році Берліні, і відразу ж приступив до роботи в якості представника Дональда Трампа, образивши німецький народ своїм твітом [39]. Твіт за 8 травня 2018 року – *«Як сказав @realDonaldTrump, санкції США будуть спрямовані проти критичних секторів економіки Ірану. Німецькі компанії, що ведуть бізнес в Ірані, повинні негайно згорнути свою діяльність»* [39].

Твіт викликав тисячі коментарів «багато розгніваних німців в основному говорять послу, давньому критику іранської угоди, щоб він заткнувся»

У відповідь на хвилю критики, викликану його твітом, Р. Гренелл сказав, що він просто виконував накази і використовував «точну мову, послану з Білого дому» [133]. Примітно, однак, що американські послы в двох інших європейських країнах, які підписали угоду щодо Ірану, – Великобританії і Франції не робили подібних попереджень компаніям цих країн.

Рольф Мюценіх, експерт з контролю над озброєннями з соціал-демократичного крила правлячої коаліції Німеччини, припустив, що Р. Гренелл, схоже, наслідує свого боса «в мініатюрі», використовуючи Твіттер як «таран». Це враження, однак, несправедливо по відношенню до Р. Гренелла, чия репутація відомого Твіттер-троля набагато передує його асоціації з Трампом.

Р. Гренелл, який колись служив в адміністрації Буша в якості прес-секретаря посла США Джона Болтона, був змушений видалити сотні сексистських, грубих коментарів зі свого Твіттера в 2012 році, під час свого короткого перебування на посаді прес-секретаря у закордонних справах президентської кампанії Мітта Ромні. Крім знущань над зовнішністю жіночих політичних діячів, Гренелл часто використовував свій обліковий запис Twitter для переслідування журналістів, безжально звинувачуючи їх у партійності за будь-які репортажі, що кидають виклик ультраправим ідеям, які він просуває.

Невідому, чому Р. Гренелла відправили до Німеччини в якості представника Трампа, але німці повинні бути готові до більш конфронтаційної поведінки. Тому зі повною впевненістю можна сказати, що він проводить зовнішню політику, яка приваблива для Д. Трампа. Він як і Трамп – дві цікаві, неординарні особистості, які використовують Твіттер, як їм заманеться.

Однак існують слабкі сторони державних діячів у використанні Твіттера. Вони ще досить консервативні щодо прогресу спілкування з недержавними акторами. Ми рідко знаходили відповіді на неофіційні розмови. Вони зазвичай публікують лише офіційні заяви та офіційні прес-релізи, що дуже схоже на публічну дипломатію в старі часи. Для того, щоб люди відчули себе цікавими іноземній державі, їм, потрібно більше використовувати соціальні мережі в неформальних цілях.

Звичайно, державний діяч повинен вести себе у відповідності зі своєю репутацією авторитету над громадянином, але це не означає, що він завжди повинен спілкуватися формально. Іноді уряди, посольства не сприймають це серйозно, коли мова заходить про побудову якісного і ненормативного спілкування зі іноземною громадськістю, але насправді це основне ядро будь-

якого виду дипломатії. Таким чином, це дійсно новий виклик для публічних діячів в ці епохи, щоб тримати громадську думку на правильному шляху, поряд з політикою уряду, потрібно використовувати цифрові технології.

Отже, державним суб'єктам, потрібно багато чому навчитися для ефективного використання Твіттер, для залучення аудиторії поєднуючи в мережі більш неформальні та цікаві діалоги з іншими. Таким чином, урядові чиновники зможуть донести свої послання і побудувати більш тісну дипломатію з суспільством.

Це дозволяє зробити висновок, що використання Твіттера офіційними особами, для налагодження зв'язків, вже не ілюзорна концепція, а форма м'якої сили, яка тепер доступна для кожного міжнародного актора. Громадяни та політики інших країн отримали можливість більше дізнаватися про міжнародні політичні події і миттєво спілкуватися з ними, коментуючи ці події. Твіттер дозволяє урядовим чиновникам транслювати свої думки з актуальних питань і подій без необхідності використання офіційних дипломатичних каналів.

Можна сказати, що послы використовують Твіттер по різному, оскільки пріоритети та стилі дуже різноманітні. Послы США в Японії, Польщі, Хорватії та Німеччині дуже активні в Твіттері. Вони публікують дописи на різні теми, навіть про свої особисті інтереси і починання. Інші більш стримані і вважають за краще залишати більшу частину Твіттер-активності на головній сторінці Твіттер. Однак у всіх одна мета побудувати та підтримувати відкритий канал комунікації з людьми в якості представників іноземної держави в Сполучених Штатах.

Одним словом, ці потужні соцмережі взяли на себе роль ефективних платформ для просування американських цінностей, виражених у пропаганді ліберальних принципів, індивідуальних свобод людини, демократії тощо. Активне використання соціальних мереж американськими дипломатами має ряд позитивних моментів: дозволяє управляти формуванням думок в інтернет-спільнотах; отримує зворотній зв'язок, за допомогою якого можна координувати свою політику та донесення необхідної інформації до адресата, минаючи зайві

щаблі інформаційного каскаду. Ймовірно, буде очевидним, що Фейсбук та Твіттер стануть потужною дипломатичною зброєю, невід'ємною частиною комунікаційного інструментарію кожного дипломата.

РОЗДІЛ 4

ЦИФРОВА ДИПЛОМАТІЯ У МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИНАХ

4.1. Вплив цифрових технологій на міжнародну безпеку

Взаємозв'язок і поширення цифрових технологій в соціальній, економічній і політичній сферах призводять до постійно зростаючої залежності від інтернету, а також різних інформаційно–комунікаційних технологій (ІКТ). Оскільки комунікаційні технології завжди були ключовою рушійною силою, що надає трансформаційний вплив на політику, особливо з точки зору міжнародних відносин, то ми зосередимся на обговоренні того, як і в якій мірі дипломатичний світ формується цифровізацією.

У цьому сенсі вплив так званої цифрової ери не тільки охоплює адаптацію цифрових технологій і використання цифрових ресурсів в дипломатичній практиці, але і проливає світло на кіберпростір як дипломатичну арену. Особливо в тому, що стосується останнього, то в гру вступає використання потенціалу цифрової дипломатії в якості способу спостереження, особливо з точки зору подій, що стосуються питань безпеки. У цьому сенсі кібербезпека і взаємодія різних суб'єктів в кіберпросторі також повинні розглядатися як предмет дипломатії [6]. Це охоплює, зокрема, різні спроби спільного дипломатичного реагування у формі розробки кодексу поведінки або стимулювання дискурсів про регулювання цифрових відносин.

Соціальні мережі та інтернет змінили спосіб поширення інформації серед населення. Колись інформація була доступна тільки через державні інститути, а потік інформації між урядами і громадянами жорстко контролювався. З часів появи інтернету ця модель повністю змінилася, оскільки різко почалося стійке зростання числа цивільних журналістів, блогерів та інтернет–активістів, через яких знизилися витрати на запис і поширення інформації. Оскільки все більш широке використання цифрових пристроїв і платформ соціальних мереж перекинулося з приватного сектора в державний, використання соціальних

мереж для надання допомоги урядам у досягненні їх політичних цілей як всередині країни, так і за кордоном стало широко прийнятою стратегією.

В даний час в цифровому просторі «проживає» понад 3 мільярди людей, більшість з яких мають доступ до інтернету через свої мобільні телефони. Перевага соціальних мереж дає можливість охопити широку аудиторію незалежно від національних кордонів практично в режимі реального часу. Численні платформи дозволяють використовувати більш динамічний контент, такий як відео, фотографії та посилання, ніж традиційні методи читання лекцій або розповсюдження брошур. Соціальні медіа надають простір для взаємодії, підвищення залученості і, таким чином, просування цілей дипломатії. Потенційна легкість доступу до соціальних мереж і низька вартість в порівнянні з іншими методами роблять їх привабливим інструментом для багатьох посольств, а також інших урядових установ, які стикаються зі скороченням бюджету і вимагають підвищення залученості. Крім того, соціальні медіа є ключовими каналами для охоплення молоді, що є однією з основних цілей нинішніх зусиль у галузі громадської дипломатії. Ця верства населення, найбільший користувач соціальних мереж, через які можна вплинути на формування громадської думки.

Слід додати, що сфера охоплення цифрової дипломатії, очевидно, є ширшою за національні кордони. Цілком можна стверджувати, що цифрова дипломатія є одним з найважливіших елементів зовнішньої політики. Розуміючи важливість використання цифрової дипломатії, держави стали використовувати всесвітнє павутиння, соціальні медіа та інтернет–ЗМІ в якості стратегічних інструментів своєї зовнішньої політики. Сполучені Штати були однією з перших країн, які усвідомили важливість інтернету для просування національних інтересів за кордоном. Вже з 1990–х років американський уряд прагнув апелювати до іноземної інтернет–аудиторії. Інтернет усуває бар'єри для надання інформації та участі в дебатах, які існували в традиційних засобах масової інформації та мережах [162]. Уряд США намагався використати це, запустивши

онлайн–дебати. Інтернет став новим засобом комунікації, який підсилює вже існуючі тенденції.

Глобальні інформаційні мережі та соціальні мережі відкривають можливості для глобального громадянського суспільства та глобальних дебатів. Публічна дипломатія в цьому контексті розглядається не як дипломатія держави, а як народна дипломатія, яка створює основу для національної дипломатії і діє поверх міжнародних відносин, заснованих на загальних підходах.

Цифрова дипломатія повинна бути спрямована на ефективне застосування знань, накопичених у відомствах і уряді в цілому, щоб ці знання накопичувалися і використовувалися належним чином для обміну ними, а також оптимально застосовувалися для забезпечення національних інтересів за кордоном; підтримка зв'язків з громадськістю, включення нових комунікаційних інструментів для ретельної оцінки ключових звернень до важливих сегментів впливу на авторитетні фігури в мережі; розвиток технологій і онлайн–режимів і використання зовнішніх експертних ресурсів при реалізації державних завдань; ефективна координація і планування зовнішньої політики в державних структурах.

При правильному використанні цифрова дипломатія є переконливим і своєчасним доповненням до традиційної дипломатії, яке може допомогти країні просувати свої зовнішньополітичні цілі, розширювати міжнародне охоплення і впливати на людей, які ніколи не ступлять ні в одне з посольств світу. Цифрові технології можуть бути особливо корисні в публічній дипломатії в області збору та обробки інформації, в області консульської діяльності, а також для зв'язку під час надзвичайних ситуацій і катастроф. І також при встановленні відносин між лідерами держав і високопоставленими чиновниками, які дають можливість встановлювати довірчі відносини на «безконтактній» і постійній основі з більшою віддачею, ніж від телефонних розмов.

Сьогодні цифрова дипломатія здатна відігравати важливу роль у міжнаціональних відносинах, враховуючи, що такі відносини можна розглядати як взаємодію народів у різних сферах: економіці, політиці, культурі, соціальній

сфері. Найбільш випукло міжнаціональні відносини проявляються в конфліктних ситуаціях, які висвічують всі сторони і аспекти таких відносин. Для етнічних процесів сучасності характерні тенденції: інтеграція – кооперація, об'єднання різних етнічних спільнот, зближення всіх сторін життя народів. Все це знайшло своє відображення в цифровій дипломатії [162]. Такі інструменти соціальних медіа, як Твіттер або Інстаграм повністю задовольняють вимогам і умовам впровадження нової дипломатії та сприяння розвитку міжнародних, міжнаціональних відносин.

Наприклад, акаунт в Інстаграмі громадянина США Дрю Келлі (55,1 підписників) [13], який викладав англійську мову в Північній Кореї, демонструє «затишний і приємний» вигляд країни без ворожих намірів. З боку Північної Кореї також спостерігаються прагнення перейти до цифрової дипломатії. У Твіттері партії КНДР є американський акаунт Джиммі Душку (@Jimmydushku – 4 552 читача) [10] – це хлопець з Америки, який був єдиною людиною, за якою партія Північної Кореї почала стежити в Твіттері з 2013 року [32].

Ці приклади декларують нам, як через соціальні мережі, використовуючи фото та відеоматеріали, можна більше дізнатися про сусідні держави, їх відношення до життя, щоб краще зрозуміти сусідську культуру та правила, яке в подальшому покращить відносини між країнами.

Інформація про міжнародні кризи, розповсюдження якої колись займало години або дні у урядовців, тепер в режимі реального часу передається світу не тільки через радіо і телебачення, а й інтернет. Широке поширення соціальних медіа–платформ і нових медіа та їх використання державами слід розглядати як джерело нових можливостей для розвитку і вирішення конфліктних ситуацій. Обговорення зовнішньополітичних і глобальних проблем на рівні не тільки дипломатів, а й звичайних користувачів інтернету і мобільних телефонів може сприяти налагодженню міжнародної безпеки через формування атмосфери довіри в міжнародних відносинах. У цьому контексті програми цифрової дипломатії сприяють формуванню єдиного інформаційного простору, громадянського суспільства та врегулюванню конфліктів, налагодженню

міжнаціонального діалогу. Наприклад, створення соціальної мережі молодих лідерів YaLa Young Leaders of the Middle East, що включає палестинців і ізраїльтян, дозволяє налагодити зв'язки і встановити взаєморозуміння «на випередження», запобігти новий виток конфліктного циклу [62]. Ця програма була створена в 2011 році Центром Переса за мир та інновацій (Ізраїль) та Палестиною. Молоді лідери YaLa спільно працюють над створенням і впровадженням нового регіонального бачення свободи, рівності, процвітання і миру. Це рух, який заохочує своїх членів руйнувати розбіжності і перемальовувати карту, щоб сформувати єдину спільноту.

Тому завдяки своїй популярності соціальні медіа широко використовуються державними структурами, а також окремими особами, залученими в конфлікт і зацікавленими в його врегулюванні і скороченні неузгодженості. Сучасна дипломатія, по суті, займається не тільки міжнародними проблемами, а й корінними проблемами внутрішнього життя – від безпеки в її сучасному, глобальному розумінні до питань якості життя, включаючи збереження і створення робочих місць.

Але, незважаючи на це, існують деякі *специфічні проблеми для використання цифрової дипломатії*. При всіх об'єктивних перевагах цифрових технологій, політика, визнаючи важливість інтернету, розглядає розвиток цифрової дипломатії виключно в контексті ризиків і загроз кіберзлочинності, хакерства, кібертероризму [45]. Інтернет сприймається як канал тероризму, нав'язування чужої ідеології та зовнішньої неполітичної пропаганди, як засіб інформаційної війни. Коли частиною соціальних мереж може стати хто завгодно, від світових урядів до різних екстремістських організацій, в яких останні поширюють свої норми, цінності і цілі, якими б вони не були. У період з серпня 2015 року по грудень 2017 року соціальна мережа Твіттер закрила 1,2 мільйона акаунтів для вибачень терористів з метою запобігання пропаганди тероризму [6]. Однак Твіттер, Фейсбук та Ютуб все ще продовжують відчувати тиск з боку деяких світових урядів, які критикують їх за недостатньо сувору боротьбу з терористичною пропагандою.

Просте маніпулювання інформацією та ризик розповсюдження вірусів без перевірки може спричинити дезінформацію [50]. Більше того, користувачі соціальних медіа ризикують опинитися в «інформаційних коконах», де вони не піддаються різним думкам, що потенційно може посилити політичну поляризацію.

Інформатизація породжує нові загрози для провідних держав, посилюючи асиметричну складову сучасних конфліктів, в результаті чого технологічно розвинені держави стають вразливими [6]. Появу цифрової дипломатії слід розглядати не як загрозу міжнародній безпеці, а скоріше як джерело нових можливостей для розвитку і вирішення конфліктів.

Іншими словами, цифрова дипломатія має свої ризики, які включають в себе витік інформації, злам і анонімність користувачів Інтернету. Яскравим прикладом витоку інформації є епізод з Wikileaks [153]. Цей сайт був запущений в 2006 році організацією Sunshine Press, яка заявила, що володіє інформаційною базою в 1,2 мільйона документів. Засновником, головним редактором і директором WikiLeaks є австралійський інтернет-журналіст і телеведучий Джуліан Ассанж. 28 листопада 2010 року, коли WikiLeaks почав опубліковувати близько 250 000 дипломатичних телеграм, відправлених між американськими місіями по всьому світу і Державним департаментом у Вашингтоні [153]. Через це в міністерствах закордонних справ по всьому світу розпочалося справжнє «пекло». Ці телеграми містили відверті оцінки американськими дипломатами світових лідерів, урядів і приймаючих їх країн.

Представник Піт Хукстра, новий голова Комітету Палати представників з розвідки заявив, що Wikileaks «підриває американську зовнішню політику, оскільки союзники Америки, змушені задатися питанням, чи можуть Сполучені Штати зберігати секрети», а дипломати змушені «намагатися залатати зовнішні відносини, напружені цим незаконним витоком інформації. Це ганьба для адміністрації Б.Обами» [153]. Розголошення тисяч потенційно секретних телеграм та інших документів ставить адміністрацію Обама в скрутне становище

і являє собою критичну нездатність Пентагону і розвідувального співтовариства захистити конфіденційну інформацію національної безпеки.

Крім того, дипломатичні суперники, у тому числі як державні, так і недержавні суб'єкти (наприклад, терористичні організації) можуть спробувати зламати урядові системи і витягти корисну для себе інформацію. Злам – це ризик, який існує з моменту винаходу Інтернету. Дуже справедливо, що він вважається головним ризиком цифрової дипломатії, тому що багато глав держав, урядів і дипломатів по всьому світу були її жертвами, що рідко ставило під загрозу їх кар'єру. Наприклад, хакери зламали твіттер-акаунт кандидата в президенти США від Демократичної партії Джо Байдена і близько 50 інших великих акаунтів в соціальній мережі (2020 рік) [154]. В повідомленнях яких було прохання про пожертвування біткоіна. Повідомлення містили адресу одного і того ж біткоіна-гаманця. За кілька годин в нього вклали 112 тисяч доларів [154]. У соцмережі заявили, що зазначена кібератака є однією з найбільших в історії Твіттер.

Яскравим прикладом взлому та викрадення даних є відомий «скандал даних Cambridge Analytica». Аналітична фірма даних, яка працювала з виборчою командою президента США Дональда Трампа, яка отримала мільйони даних американських виборців і використовувала їх для створення потужної програми для прогнозування та впливу на президентські вибори в США в 2016 році. Cambridge Analytica мала доступ до інформації понад 87 мільйонів користувачів Фейсбук без їх відома [137].

В епоху ІКТ немає успіху в контролі інформації, але є знання про те, як використовувати її в ефективних формах. Коли приватна інформація стає публічною, вона має швидкий і глибокий вплив на провідні світові справи, через що репутація держав і їх лідерів може постраждати. Кібербезпека досягла вершини міжнародного дипломатичного і політичного порядку денного ООН, НАТО, ОБСЄ, G7 і G20. Багато країн прийняли національні стратегії кібербезпеки і відповідне законодавство. Тим не менш, ризики стають все більш витонченими, і групи, зацікавлені у використанні кібернетичних недоліків, були розширені шляхом злому «чорних капелюхів» в добре організованих злочинних

і терористичних групах, урядових службах безпеки і силах оборони. Що ще більше ускладнює ситуацію, коли більша частина інфраструктури та Інтернет-послуг знаходиться в приватній власності, а оператори розподілені по різних глобальних юрисдикціях.

Ще одна проблема цифрової дипломатії – це «культура анонімності» інтернету, де кожен може перейняти на себе будь-яку особистість, адресу або навіть напасти на кого завгодно. Будь-хто може імітувати і прикидатися кимось іншим, аби заподіяти шкоду. Культура анонімності може призвести до складних криз в результаті публікації фейкової інформації, яка не відповідає дійсності. Такого роду широко поширена дезінформація в інтернеті може перешкоджати здатності лідерів керувати подальшими кризами.

Анонімність в інтернеті визначається як технічними засобами, так і їх соціальним використанням і розумінням. Якщо технологія надає користувачам безліч способів захисту, принаймні частково, своєї особистості в інтернеті, то способи, за допомогою яких користувачі привласнюють ці технічні засоби, також численні. Враховуючи, що конфіденційність пов'язана з контролем над особистою інформацією про себе і правом вирішувати, як ця інформація доступна іншим, анонімність зазвичай використовується як форма забезпечення конфіденційності в контексті інтернету. У зв'язку з цим позбавлення мережі персональних даних є способом зрівноважити вплив онлайн-технологій, наклавши обмеження на логіку спостереження. У більш широкому сенсі, з точки зору соціального використання, анонімність в інтернеті можна порівняти зі зброєю: з одного боку, вона може бути використана для нанесення шкоди, але з іншого боку, це інструмент самозахисту. Фактично, анонімність в Інтернеті може допомогти інформаторам залишатися в безпеці в тоталітарних державах, але також і хуліганам уникати покарання [49].

Важливо також нагадати, що цифрова дипломатія служить чітко визначеним зовнішньополітичним цілям. Однак руйнівний характер технологічних проривів може привести, принаймні на початковому етапі, до відділення цифрової дипломатії від зовнішньої політики. Швидке впровадження

цифрових інструментів без всеосяжної стратегії їх використання на підтримку певних зовнішньополітичних цілей, ймовірно, створить проблеми координації та реалізації політики. Ризик для міністерств закордонних справ у цьому випадку полягає в тому, що вони будуть витратити цінні ресурси на численні міні-цифрові кампанії без чіткого напрямку або стратегічного компаса, щоб слідувати за ними [50].

Підсумовуючи можемо сказати, цифрові технології мають фундаментальний вплив на міжнародні відносини. По-перше, вони збільшують кількість голосів та підсилюють інтереси, залучених до процесу вироблення міжнародної політики, ускладнюючи процес прийняття міжнародних рішень і зменшуючи винятковий контроль держав. По-друге, цифрові технології прискорюють поширення інформації, достовірної або фейкової, які можуть вплинути на події. По-третє, дозволяє надавати традиційні дипломатичні послуги швидше, ефективніше з точки зору витрат як своїм громадянам і уряду, так і громадянам інших країн.

Хоча цифрова дипломатія має багато переваг, вона пов'язана з безліччю ризиків, включаючи витік інформації, злом і анонімність користувачів. Незважаючи на ці ризики, цифрова дипломатія змінила основи поширення ідей і функціонування мереж в міжнародних відносинах, що зблизило світ і призвело до більш ефективної зовнішньої політики. Уряди повинні більшою мірою враховувати вплив цифрової дипломатії в міжнародних відносинах в майбутньому і повною мірою використовувати ці можливості, інакше вони ризикують стати неефективними.

4.2. Д. Трамп як феномен сучасної нової публічної дипломатії

В наш час світові лідери широко використовують соціальні мережі для різних цілей, включаючи зміцнення відносин з іншими світовими лідерами та зарубіжною громадськістю. Соціальні медіа часто розглядають як можливість для розвитку більш відкритої, спільної моделі дипломатії. Відповідно, часто

говорять, що соціальні медіа вимагають від дипломатів більш персоналізованої та інтерактивної взаємодії зі своєю аудиторією.

Д. Трамп є яскравим прикладом використання цифрової дипломатії, застосовуючи одну із соціальних мереж, а саме Твіттер. По–перше, це соціальне медіа характеризується простотою вираження – всього 280 символів, де можна чітко та лаконічно висловити свою думку. По–друге, Твіттер знищує кордони між людьми, будь–яка користувач може поспілкуватися зі своїм кумиром. По–третє, новина завжди буде релевантною, її покажуть більшості користувачів як актуальну незалежно від того, скільки після цього було твітів у стрічці.

Президент США також входить в дуже невелику групу світових лідерів, які особисто активні в своїх власних акаунтах у Твіттері. Інші лідери, які самостійно ведуть акаунти у цій мережі, можна віднести президента Європейської Ради (@DonaldTusk), міністра закордонних справ Данії (@AndersSamuelsen), міністра закордонних справ Латвії (@EdgarsRinkevics), і прем'єр–міністра Норвегії (@Erna_Solberg), який зізнався, що страждає від дислексії і робить випадкові орфографічні помилки в повідомленнях [59].

Безперечно, Дональд Трамп зробив найбільший вплив на Твіттер–дипломатію з моменту вступу на посаду 20 січня 2017 року. Д. Трамп (@realDonaldTrump) – найпопулярніший світовий лідер з більш ніж 87 мільйонами підписників, його твіти в середньому складають понад 24 000 ретвітів [18;31]. Хоча на момент 2017 року за ним слідкували близько 20 млн. користувачів. За три роки його аудиторія впливу збільшилась в 4 рази. Це є унікальним феноменом популярності саме політичного лідера. У травні 2020 року послідовниками Трампа у Твіттері були 140 світових лідерів [59].

Коли Дональд Трамп був обраний президентом США 9 листопада 2016 року, світові лідери були спантеличені його неортодоксальним використанням Твіттера в обхід традиційних медіа–каналів. Більшість світових лідерів сподівалися, що він буде використовувати офіційний Твіттер @POTUS, а не свій особистий акаунт (@realDonaldTrump), як тільки він буде призначений на посаду.

Коли він обійняв посаду президента, за сторінкою @realDonaldTrump в Твіттері стежили 97 світових лідерів, а за акаунтом @POTUS – 226 світових лідерів. Сьогодні глави держав і урядів спостерігають за акаунтом @realDonaldTrump (185 з 951 акаунта світового лідера), і він займає п'яту позицію серед найбільш відвідуваних акаунтів світових лідерів після @WhiteHouse (290), @POTUS (250), @StateDept (210) і @10downingstreet (194) [59].

Існує великий обсяг досліджень, що вивчають стиль спілкування Трампа в соціальних мережах. Існуючі дослідження, які в першу чергу досліджують його комунікацію в соціальних мережах на 2016–2019 роки, які припускають, що комунікація Трампа в соціальних мережах має наступні характеристики:

Спілкування Д. Трампа в соціальних мережах має тенденцію простоти. Аналіз більш ніж 2000 твітів Трампа, опублікованих в 2016 і 2019 роках, показує, що його мова в Твіттер характеризується частим використанням односкладових слів.

Спілкування Д. Трампа має тенденцію бути персоналізованим і грандіозним. Було виявлено, що Трамп часто використовує першу особу та неформальну мову, зазвичай використовуючи особисті займенники, такі як я, мій, сам – (i, me, mine, myself), і часто використовує соціальні медіа, щоб похвалитися собою.

Спілкування в соціальних мережах під час президентської кампанії та президенства, як правило, характеризувалося негативністю. Його твіти часто були неввічливими і політично некоректними, причому кожен четвертий твіт нападав на когось або щось, а один з десяти містив «нецивілізовані формулювання».

Комунікація Д. Трампа в соціальних мережах під час президенства, як правило, емоційне і імпульсивне. Він часто використовував великі літери та знаки оклику; які «посилює негативний настрій його твітів та посилює їх емоційний вплив». Крім того, твіти Трампа часто імпульсивні і позбавлені «передбачливості, роздумів або розгляду наслідків» [118].

Недипломатичне використання Твіттера президентом США створює безпрецедентні проблеми для традиційної дипломатії, і тільки невелика кількість світових лідерів безпосередньо взаємодіє з @realDonaldTrump у Твіттері. Загалом, дипломатична спільнота вирішила не реагувати безпосередньо на твіти від @realDonaldTrump і уникати будь-якої публічної сварки, щоб не образити його на платформі.

Загалом, Д. Трамп відхилився від практики, яка раніше була визнана ефективною в кампанії соціальних мереж, і використовував інший стиль спілкування, який норвезька вчена Ганн Сара Енлі описує як «більш дилетантський, але автентичний» [147].

Незабаром після того, як Трамп вступив на посаду, британська журналістка М. Деєвська написала в The Guardian: «було широко поширена думка, що як тільки Дональд Трамп стане президентом, його спосіб спілкування зміниться. Спочатку він подумає, потім заговорить. І якщо б він не міг змусити себе це зробити, його мудріші помічники забезпечили б, щоб будь-який пристрій, який він використовував для своїх швидких висловлювань, був надійно замкнений» [148]. Однак Трамп продовжував свій стиль спілкування в соціальних мережах, навіть коли він зайняв пост президента Сполучених Штатів. Це викликало занепокоєння, оскільки твіти Трампа тепер є президентськими повідомленнями, які можна розглядати як дипломатичні дії головного дипломата Сполучених Штатів

З одного боку, його стиль спілкування можна пояснити національними особливостями ведення дипломатичних відносин. Американські дипломати, як відомо, часто занадто прямолінійні і жорсткі в дипломатичних обмінах. Наприклад, американські дипломати демонстрували нецивілізований і нетактовний стиль спілкування в дипломатичних обмінах як з американськими союзниками, так і з ворогами в період до війни в Іраку. Наприклад, Александер Вершбоу пояснив, що Сполучені Штати вважають «нерозумним» відкриття дипломатичний місії в Іраку зараз, коли ще не існує офіційного уряду Іраку, який міг би «надати іноземним дипломатам дипломатичні привілеї та імунітет».

Така позиція, далеко не бездоганна з точки зору міжнародно–правових норм і загальноновизнаної дипломатичної практики [148]. Згідно, Віденській конвенції про дипломатичні зносини від 1961–го року, в якій сказано, що дипломатичні відносини встановлюються між державами. Оскільки нинішня окупація Іраку не впливає на існування Іраку як держави.

Крім того, у соцмережі Твіттер, стиль мови є простим, імпульсивним, що здається повною протилежністю, яка повинна використовуватися в дипломатичних взаємодіях. З іншого боку, необхідність співпраці з боку інших країн створює тиск, що змушує слідувати загальноприйнятим дипломатичним нормам поведінки в міжнародних відносинах. У разі війни в Іраку, коли США усвідомили, що потребують міжнародної підтримки своїх дій, вони змінили тактику і повернулися до дипломатичного кодексу поведінки.

Якщо повідомлення Трампа в соціальних мережах дійсно послідовно розходяться з традиційними конвенціями дипломатичної мови, є дві можливості. По–перше, його стиль дипломатії в соціальних мережах може порушити традиційну дипломатичну практику і потенційно викликати конфлікти в міжнародних відносинах. По–друге, це може призвести до створення нових конвенцій у цифровій дипломатії. Це може прийняти форму «поступової зміни і адаптації в рамках існуючих рамок і принципів» або ж являти собою «фундаментальний розрив з прийнятими моделями поведінки, нормами і правилами, тому що дипломатія починає виглядати принципово інакше» [118].

Ми дослідили твіти, опубліковані офіційним обліковим записом Дональда Трампа (@realDonaldTrump), щоб виявити дипломатичні установи, світові лідери та іноземні країни, згадані Д. Трампом. Після цього пошуку ми виявили, що Трамп згадав дипломатичні структури в 34 твітах. Для кожної країни, згаданої Трампом, ми виділили три дипломатичних суб'єкта – офіційні акаунти країн, глави урядів, міністри закордонних справ і їх офіси, – які можуть бути в змозі відповісти на його зауваження, зосередивши увагу на тих дипломатичних суб'єктах, які мають акаунти в Твіттері.

Зрозуміло, що цей аналіз зосереджений на невеликому обсягу даних, що обмежує загальність отриманих результатів. Ми мали намір дослідити певні дипломатичні процеси, що виникають у певному цифровому середовищі, тобто потоки комунікації, а також комунікативні взаємодії, що генеруються Д. Трампом у соцмережі. Крім того, є необхідність отримання повної інформації, яка буде корисною для створення міцної бази подальших досліджень дипломатичних стратегій Трампа в Твіттері, а також цифрової дипломатичної комунікації в епоху Трампа.

Є доцільним представити вищезгаданий набір даних для двох видів текстового аналізу: контент–аналізу. Ми провели контент–аналіз набору даних, що складається тільки з дипломатичних твітів, опублікованих @realDonaldTrump (34 твіти).

За перший місяць свого президентства Дональд Трамп опублікував 192 твіти, в яких згадав 6 іноземних політичних лідерів і 19 зарубіжних країн. На відміну від цього, в перший місяць свого перебування на посаді прем'єр–міністр Великої Британії Тереза Мей опублікувала 16 твітів зі згадуванням одного іноземного лідера і однієї іноземної країни, а прем'єр–міністр Австралії Малкольм Тернбулл опублікував 44 твіти зі згадкою також одного іноземного лідера і однієї іноземної країни [38;35]. Це порівняння показує, наскільки надзвичайним є участь Д. Трампа у Твіттері і в якій мірі він використовує його для спілкування з іноземними лідерами і країнами.

Можливо, не дивно, що Д. Трамп згадав у своїх твітах шість іноземних політичних лідерів, оскільки четверо відвідали його в перший місяць свого президентства. Він твітував про трьох з них – прем'єр–міністра Канади Джастіна Трюдо [34], прем'єр–міністра Японії Сіндзо Абе [28] та прем'єр–міністра Ізраїлю Біньяміна Нетаньяху [29], але там не було згадки про перший державний візит Терези Мей. У той час як Мей була згадана в офіційному президентському Твіттері @potus, Трамп не згадав Мей у своєму приватному Твіттері. Точно так само, хоча британські ЗМІ приділяли велику увагу візиту Т. Мей в США, це не було головною темою для американських ЗМІ. Трамп, який не твітує про візит

Мей, ставить під сумнів, наскільки «особливими» насправді є відносини між США і Великою Британією.

Трамп опублікував лише один твіт, який згадав Нетаньяху під час свого візиту. Нетаньяху, з іншого боку, згадав Трампа в 23 своїх твітах в перший місяць президентства Трампа [29]. Тому цей дипломатичний діалог був досить одностороннім. Враховуючи, що американо–ізраїльські відносини погіршилися під час правління адміністрації Б. Обама, коли він відкрито критикував деякі дії Нетаньяху, його твіти могли бути спрямовані на зображення більш міцних і кращих відносин з новим президентом США. З іншого боку, єдиний твіт Трампа можна розглядати як відображення його небажання рішуче позиціонувати себе поруч з Ізраїлем в той час.

Дещо ігноруючи Мей і Нетаньяху в своєму дипломатичному спілкуванні в Твіттері, Трамп багато твітував про прем'єр–міністра Японії Сіндзо Абе, опублікувавши сім твітів про нього під час свого триденного візиту [31]. Враховуючи, що Трамп атакував Японію з питань торгівлі та оборони протягом всієї своєї кампанії, його позитивні твіти про зустріч з Абе припускали зміну його ставлення до Японії. С. Абе намагається побудувати довірчі відносини з новим президентом США і подальшими японськими інтересами. Твіти Трампа припускають, що Абе вдалося розвинути з ним конструктивні і позитивні відносини. Однак слід зазначити, що обмін Трампом і Абе у Твіттері був майже одностороннім дипломатичним обміном, оскільки Абе відповів Трампу тільки один раз при його від'їзді з США. Абе рідко користується Твіттером, і твіт Трампа був єдиним, який він опублікував за досліджуваний період [28]. Тут Абе, схоже, зробив свідоме зусилля, щоб взаємодіяти з Трампом у Твіттері.

Д. Трюдо [34] , М. Тернбулл [35] і В. Путін [2] взаємодіяли з Трампом у Твіттері таким же чином, як Трамп взаємодіяв з ними. Єдиний іноземний лідер, який взагалі не взаємодіяв з Трампом у Твіттері, хоча він згадувався в його твітах, – це китайський президент Сі Цзіньпін, у якого на той час не існувало облікового запису.

Таким чином, Трамп не порушив традиційні уявлення про дипломатичне спілкування в соціальних мережах.

Як згадувалося раніше, Трамп зробив посилання на 19 зарубіжних країн у Твіттер в перший місяць свого президентства.

Країни, які активно спілкуються з Д. Трампом у Твіттері, *Японія, Канада та Україна*, оскільки їх дипломатичні представники взаємодіють з Д. Трампом, причому всі сторони обговорюють подібні проблеми із загальної точки зору.

Мексика активно взаємодіє з Д. Трампом в Твіттері за темами, які становлять спільний інтерес. Мексика ініціювала діалог, привітавши Д. Трампа з обранням президентом і говорячи про «шанобливий діалог», але після кількох твітів Трампа, в яких він атакував Мексику, її представники зайняли більш віддалену позицію і не вступали з ним у конфронтацію [127].

Твіт президента Мексики Енріке Пенья Ньето був опублікований 20 Січня 2017 року. (Переклад: «Ми встановимо поважний діалог з урядом президента @realDonaldTrump, для блага Мексики») [33].

Твіт Д. Трампа, під час передвиборної програми, 6 липня 2016 року – «Мексиканська влада видавлює найгірші елементи з Мексики в Сполучені Штати. Через кордон просочується злісне інфекційне захворювання. Сполучені Штати перетворилися на звалище для Мексики та й для багатьох інших країн» [31].

Ми вже можемо, побачити через його твіти негативне відношення до країни, а коли він перемиг ставлення не змінилося.

Твіт за 26 січня 2017 року: «Оскільки Мексика є однією з найбільш кримінальних країн у світі, ми повинні мати стіну. Мексика буде платити за це через відшкодування» [31].

Цей твіт сигналізував про різке погіршення американо–мексиканських відносин, що призвело до скасування запланованої зустрічі президента Мексики Енріке Пенья Ньето з Трампом, запланованої на наступний тиждень.

Такі побоювання з приводу політичних наслідків Твіттера часто пов'язані з характеристикою самого сервісу мікроблогів як сприяє надмірно негативному, ірраціональному спілкуванню.

Категорія країн, які нейтрально відносяться до висловлювань Д. Трампа. *Австралія, Франція, Швеція і В'єтнам*. Трамп написав негативні зауваження про них у Твіттері (наприклад, Швеція та Франція – небезпечні країни з імміграційними проблемами), але дипломатичні представники цих країн не вступали в спростування або будь-яке обговорення питання, піднятого в твіті.

Росія, Сирія і Венесуела. Ці країни були згадані Д. Трампом в негативному світлі, і їх дипломатичні представники відповіли на це в Твіттері [31]. Однак кожна країна бере участь у різних видах взаємодії. Росія ініціювала цю взаємодію, привітавши Трампа зі вступом на посаду, але утрималася від подальшої взаємодії, як тільки він почав інтенсивно писати про це в Твіттер, в основному з негативними конотаціями.

З іншого боку, Венесуела різко відреагувала на «команду» Д. Трампа звільнити політичного діяча Леопольдо Лопеса з в'язниці. Міністр закордонних справ Венесуели Делсі Родрігес опублікувала серію твітів, безпосередньо спрямованих на Трампа через @function, в яких вона звинувачувала його у втручанні у венесуельські справи [30]. Очевидно, що Венесуелі було зручно брати участь у цих дипломатичних взаємодіях за допомогою Твіттера і навмисно використовувати твіти як засоби дипломатичного обміну.

Сирія ініціювала діалог з Трампом, опублікувавши два твіти (один з них був арабською мовою), в яких вона цитувала свого президента Башара Асада, який «погодився» з Трампом у питанні боротьбі з тероризмом [37]. Потім Трамп опублікував твіт, назвавши Сирію країною, звідки біженці прибували в США під час «судового зриву» у зв'язку з його заборонаю на поїздки.

Сирія відповіла твітом англійською мовою, в якому, мабуть, змінила тактику, «попросивши» його «припинити підтримку терористів», натякаючи на те, що президент США знаходиться на стороні терористів. В іншому твіті, опублікованому на аккаунті сирійського президента арабською мовою, Аль-

Асад цитує слова про те, що заборона «націлена не на сирійців, а скоріше на терористів» [37]. Схоже, він був створений для того, щоб посилити дипломатичне послання Сирії про відмінності між сирійцями і терористами. Враховуючи, що Трамп ніколи не згадувався за допомогою функції @, а деякі твіти були на арабській мові, сумнівно, чи дійсно Сирія хотіла взаємодіяти з Трампом, але факт залишається фактом: вона дійсно вступала з ним в дипломатичні обміни у Твіттері і робила це, здавалося б, уникаючи конфронтації, хоча і використовуючи провокаційні повідомлення на більш пізніх стадіях взаємодії.

Іран, Сомалі, Судан, Лівія, Ірак, Ємен, Північна Корея і Китай. Їх дипломати не вступали в контакт з Трампом у Твіттері, хоча він згадував їх у негативному світлі, за винятком Китаю. У дипломатичних представників у Китаї, Ємені, Іраку та Північній Кореї не було офіційних акаунтів у Твіттері. Дипломатичні представники Ірану, Сомалі, Судану і Лівії мали акаунти в Твіттер, але не спілкувалися з Трампом [31].

Дослідником був проведений простий контент-аналіз, щоб визначити, наскільки мова Д. Трампа в його твітах відповідає традиційним кодексам і конвенціям дипломатичної мови [129]. Цей аналіз показує, що його мова в твітах не відображає більшість характеристик дипломатичної мови. Однак вона досить помірна в тому сенсі, що найчастіше не драматична. Таким чином, цей стиль спілкування можна розглядати як руйнівний для традиційної дипломатії, оскільки він не відповідає її усталеним кодексам.

Д. Трамп схильний використовувати ввічливу мову тільки з лідерами союзників Америки. Він пише «Дякую» австралійському політичному лідеру М. Тернбулле та «Ласкаво просимо» Д. Трюдо та Б. Нетаньяху [31]. Немає подібних прикладів поваги, тобто використання ввічливих фраз, що зустрічаються в твітах, де згадуються іноземні країни, будь то дружні або недружні.

Позитивні та конструктивні формулювання також, здається, призначені виключно для лідерів союзників. Для ілюстрації, коли Трамп пише про

М. Тернбулла, він використовує такі слова, як «громадянський» і «хороший», підкреслюючи їх прислівником «дуже», яке він часто використовує. Точно так само, говорячи про Абе Сіндзо, Трамп використовує такі слова, як «чудовий», «хороший» і «продуктивний», знову підкреслюючи їх такими прислівниками, як дуже і великий. За винятком згадки Японії як «дуже добре представленої», Трамп не використовує позитивну і конструктивну мову в твітах про будь-яку іншу країну, як дружню, так і недружню [118].

Особливо негативна лексика використовується в твітах про Іран і Мексику. Твіти Д. Трампа щодо Ірану містять негативні характеристики, такі як «терор», «жахливий», «колапс». Говорячи про Іран, то офіційні відомства використовують такі фрази: «офіційно поставлене до відома» і «належне бути вдячним», а США – «дає Ірану лінію життя». Отже, можна сказати, що Трамп позиціонує США, як державу яка перевершує Іран. Такі лексичні варіанти, як «повинен» і «давати», а також використовувані фразеологічні конструкції вказують на те, що Трамп дав собі повноваження судити інші країни, що легко може викликати образу в міжнародних відносинах. Точно так само інші близькосхідні країни згадувалися у зв'язку з «біженцями» і «розпадом», знову зображуючи їх в негативному ключі [127].

Мексика, дружня країна, також зображується в негативному і неконструктивному світлі. Д. Трамп написав про це в Твіттері, використовуючи такі слова, як «дефіцит», «односторонній», «втрачений», «небажаний», «вкрай необхідний», «невелика допомога» і «дуже слабкий». Враховуючи всі негативні конотації слів, що використовуються Д. Трампом, його мова не сприяє створенню позитивних і конструктивних відносин між двома країнами. Дивно, що він твітував і про інші дружні країни в негативному контексті [118].

Наприклад, він використовував такі слова, як «незаконний» і «тупий», коли згадував Австралію; «терорист», «атакований», «заблокований» і «на межі», підкреслені прислівником «знову», коли пише про Францію. Точно так само в своєму твіті про імміграцію до Швеції він використовував фразу «працює просто прекрасно. Ні!» Використовуючи цю лексику і структуру фраз, Трамп

натякає, що ці країни мають постійні проблеми, і позиціонує себе як авторитет, який може судити про інші країни і їх політику, що не узгоджується з позитивною і конструктивною мовою, традиційно використовуваним в дипломатичних взаємодіях [118].

Крім цього, випадок з Росією цікавий тим, що Д.Трампа часто згадував про неї, але рідко писав про саму країну, кажучи в основному про свої відносини з Росією. Однак Росію все ще можна розглядати як негативно зображену, оскільки твіти Трампа мали негативну спрямованість, наприклад «безглуздо», «незаконно», «приховування» і «вигадка» [31].

Хоча аналіз змісту повідомлень показує, що мова Д. Трампа в його твітах часто є застарілою, але вона все ще може розглядатися як використання емоційної мови майже в кожному третьому твіті. Найчастіше це спостерігається завдяки його використанню великих літер, які розглядаються як графічне представлення крику. Наприклад, Трамп написав, що Крим був «захоплений Росією», підкресливши слово «ЗАХОПЛЕНИЙ», що має на увазі навмисне і вороже захоплення [31].

Точно так само, коли Трамп писав про відносини США з Мексикою, він писав, що вони «повинні змінитися, ЗАРАЗ ЖЕ!» [31]. Його твіти про країни Близького Сходу, Франції та Швеції мали схожий тон. Це відволікає від збалансованої та помірної мови, яка зазвичай використовується в дипломатичних обмінах, і особливо між дружніми країнами

Д. Трамп, як правило, не використовував двозначні формулювання, що є характерною рисою дипломатичного спілкування. Він часто буває прямим і конкретним у своїх висловлюваннях. Наприклад, говорячи про близькосхідні країни, Трамп уточнив, що «72% біженців, допущених в США (2/3 – 2/11) під час СУДОВОГО РОЗГЛЯДУ, є вихідцями з 7 країн: Сирії, Іраку, Сомалі, Ірану, Судану, Лівії та Ємену», залишаючи мало можливостей для інтерпретації, а також відкриваючи себе для критики, якщо будь-яка інформація невірна. Точно так само він рішуче заявив, що «Крим був ЗАХОПЛЕНИЙ Росією», недвозначно заявивши про своє сприйняття ролі Росії в українському конфлікті. Він так само

прямо заявив: «Я не знаю В. Путіна» [31]. Але потім Путін твітував (урядова сторінка), що він розмовляв з Трампом, згадавши його за допомогою функції@ [2]. Отже, хоча Трамп недвозначно заявляє, що не знає Путіна, Путін вже згадав, що вони розмовляли. Це відкриває простір для оскарження заяви Трампа про незнання Путіна і відкриття питань про його правдивість і прозорість

Підсумовуючи, можемо сказати, Д. Трамп є феноменом цифрової дипломатії, який використовує Твіттер, для спілкування з міжнародними акторами. Його стиль спілкування в соцмережі як президента характеризується агресивністю, грандіозністю і імпульсивністю, всі з яких не вважаються відповідними характеристиками для дипломатичної мови. Він дуже емоційний та прямий у свої висловлюваннях, як характерно для його темпераменту. Трамп задав тренд, для обміну думками в соціальній мережі серед високопоставлених чиновників.

Дипломати і дипломатичні служби країн, які були згадані Трампом в його твітах, дуже по різному з ним взаємодіяли. Деякі досить активно спілкувалися з Трампом, такі країни як Японія, Канада та Україна, Сирія, Венесуела, Мексика. Особливо за темами, що становлять спільний інтерес. Інші країни, такі як Іран, Сомалі, Судан, Лівія, Ірак, Ємен, Північна Корея та Китай не вступали в контакт з ним у соцмережі. У дипломатичних представників у Ємені, Іраку не було офіційних акаунтів у Твіттері. Д. Трамп схильний використовувати ввічливу мову тільки з лідерами союзників Америки, негативні повідомлення здебільшого спрямовані проти Ірану, Мексики та Росії.

В цілому, дипломатична комунікація Трампа в Твіттер є досить унікальною, яку можна розглядати викликом сучасності. Коли ще більшість дипломатів та дипломатичних служб по всьому світу, продовжують слідувати традиційним конвенціям дипломатичної комунікації.

ВИСНОВКИ

Цифрова дипломатія – це відносно нове явище у міжнародних відносинах, яке тільки починають детально досліджувати. Історіографічна база нашої роботи ґрунтується на публіцистиці та наукових статтях періодичних видань, присвячених вивченню цифровій дипломатії США. За допомогою наукової літератури ми детально розкрили основні поняття цифрової дипломатії та її вплив на міжнародні відносини.

Джерельну базу дослідження складають аналітичні документи державних установ, які можна поділити на звіти комісії з публічної дипломатії, стратегії Держдепартаменту з інформаційних технологій; облікові записи дипломатичних структур у соцмережах Твіттер та Фейсбук; статистичні дані та інтерв'ю з державними діячами щодо впровадження інноваційних технологій у дипломатію США. Завдяки аналізу джерельної бази ми змогли проаналізувати ступінь використання цифрових технологій американським істеблішментом для просування зовнішньої політики США. Але основною проблемою в дослідженні джерел є недостатній ступінь вивченості даної проблематики.

Аналіз історіографічної бази надає можливість здійснити наукову розвідку для вивчення еволюції терміну «публічна дипломатія», яка стала важливою складовою зовнішньої політики провідних держав світу. Термін «публічна дипломатія» пройшов довгий шлях трансформації з моменту її виникнення. Спочатку його використовували щоб дистанціювати закордонні урядові інформаційні заходи від терміна «пропаганда». Починаючи з 1990 років термін почали ототожнювати з концепцією «м'якої сили», характеризуючи його прозорим засобом, який використовує держава для отримання зовнішніх надбань. В наш час під цим терміном розуміється спілкування між державними сторонами та іноземною громадськістю з метою просування зовнішньої політики, як правило, інформування, впливу та підвищення міжнародного іміджу актора чи проблеми.

Цифрова дипломатія – це форма публічної дипломатії. Вона включає в себе використання цифрових технологій і соціальних медіа–платформ, таких як

Твіттер, Фейсбук державами для вступу в комунікацію із іноземною публікою. Соціальні мережі змінили сьогоднішня міжнародного співтовариства. Вони стали безперечним каналом дипломатичної комунікації. Використання соціальних мереж дипломатами відкрило можливості для спілкування між політиками та громадянами. Ці інструменти надають дипломатичним місіям прямий доступ до громадян як всередині, так і за межами своїх країн. Ця комунікація часто обходить державні та медійні фільтри, потенційно дозволяючи країнам більш ефективно впливати на аудиторію та досягати дипломатичних цілей.

Сполучені Штати Америки є одним з провідних практиків публічної дипломатії. Ця країна стала однією з перших, що почала використовувати комунікаційні платформи в дипломатії. Насамперед, завдяки переходу суспільства до цифрової епохи, виникненню великої кількості соціальних платформ, які стали досі популярними серед населення. Соціальні мережі надали можливість безпосередньо комунікувати між собою без додаткових витрат. Тому є природним, що одним із інструментів цифрової дипломатії є соцмережа Фейсбук.

Дипломатичні структури США намагаються використовувати Фейсбук у якості нового інструменту публічної дипломатії, для впливу на іноземну громадськість. При аналізі офіційних акаунтів посольств США в Україні, Білорусії, Росії, Аргентині, Великої Британії та Алжирі, були виявлені основні теми публікацій, а саме інформація для місцевих жителів про імміграційні процедури та візові вимоги; працевлаштування в посольстві, фінансування проектів розвитку, стипендії; інформація для іноземних громадян про голосування на виборах; новини, які пов'язані з місцевими святами або днем пам'яті тощо. Можна сказати, що більшість проаналізованих Фейсбук сторінок посольств США, зокрема містить інформаційний контент. Сторінки посольств США в Алжирі, Аргентині мають активних користувачів, які слідкують за оновленнями, постійно реагують на дописи, намагаються бути свідомими громадянами.

Американські дипломати та послы за допомогою дописів у соцмережі пропагують демократичні цінності та ідеали. Ця, так звана, тактика доброзичливої ввічливості, характерна для дипломатичного протоколу.

Звичайно, в дипломатичного корпусу існують свої обмеження при публікуванні інформації, так як дипломатія в цілому відноситься до консервативного середовища, якому притаманне конфіденційність, офіційність. Тому для дипломатичного простору є вже вагомим досягненням використовувати цифрові технології, зокрема соцмережі для просування своїх зовнішньополітичних цілей, спілкування з громадськістю тощо.

Ще одним дієвим інструментом цифрової дипломатії в наш час є соцмережа Твіттер, використання якого офіційними особами, для налагодження зв'язків, вже не ілюзорною концепцією. Громадяни та політики інших країн отримали можливість більше дізнаватися про міжнародні політичні події і миттєво спілкуватися з ними, коментуючи ці події. Твіттер дозволяє урядовим чиновникам транслювати свої думки з актуальних питань і подій без необхідності використання офіційних дипломатичних каналів.

Особливо активними користувачами цієї мережі серед послів США можна виділити Джозефа М. Янга (Японія), Вуді Джонсона (Велика Британія), Джорджетту Мосбахер (Польща), Роберта Кохорста (Хорватія) та Річарда Гренеллу (Німеччина). Можна сказати, що послы використовують Твіттер по різному, оскільки пріоритети та стилі дуже різноманітні. Послы США в Японії, Польщі, Хорватії та Німеччині дуже активні в Твіттері. Вони публікують дописи на різні теми, навіть про свої особисті інтереси і починання. Інші більш стримані і вважають за краще залишати більшу частину Твіттер-активності на головній сторінці Твіттер. Однак у всіх одна мета побудувати та підтримувати відкритий канал комунікації з людьми в якості представників іноземної держави в Сполучених Штатах.

Ці потужні соцмережі взяли на себе роль ефективних платформ для просування американських цінностей, виражених у пропаганді ліберальних принципів, індивідуальних свобод людини, демократії тощо. Активне

використання соціальних мереж американськими дипломатами має ряд позитивних моментів: дозволяє управляти формуванням думок в інтернет-спільнотах; отримує зворотній зв'язок, за допомогою якого можна координувати свою політику та донесення необхідної інформації до адресата, минаючи зайві шаблі інформаційного каскаду. Ймовірно, буде очевидним, що Фейсбук та Твіттер стануть потужною дипломатичною зброєю, невід'ємною частиною комунікаційного інструментарію кожного дипломата.

Цифрові технології мають фундаментальний вплив на міжнародні відносини. По-перше, вони збільшують кількість голосів та підсилюють інтереси, залучених до процесу вироблення міжнародної політики, ускладнюючи процес прийняття міжнародних рішень і зменшуючи винятковий контроль держав. По-друге, цифрові технології прискорюють поширення інформації, достовірної або фейкової, які можуть вплинути на події. По-третє, дозволяє надавати традиційні дипломатичні послуги швидше, ефективніше з точки зору витрат як своїм громадянам і уряду, так і громадянам інших країн.

При всіх об'єктивних перевагах цифрових технологій, державні структури, визнаючи важливість інтернету, розглядають розвиток цифрової дипломатії виключно в контексті ризиків і загроз кіберзлочинності, хакерства, кібертероризму. Інтернет сприймається як канал тероризму, нав'язування чужої ідеології та зовнішньої неполітичної пропаганди, як засіб інформаційної війни. Попри ці ризики, цифрова дипломатія змінила основи поширення ідей, створивши платформу для постійної взаємодії у світовому просторі, що зблизило світ і призвело до більш ефективної зовнішньої політики.

Д. Трамп активно використовує цифрові технології, зокрема соцмережу Твіттер для спілкування з міжнародними акторами. Він входить до невеликої групи світових лідерів, які особисто активні у своїх власних акаунтах. Його стиль спілкування у соцмережі як президента характеризується агресивністю, схильність до перебільшення і імпульсивністю, які не характерні для дипломатичної мови. Він дуже емоційний та прямий у свої висловлюваннях, не

використовує двозначні формулювання, які є зазвичай характерними для дипломатичного спілкування.

Дипломати і дипломатичні служби країн, які були згадані Трампом в його твітах, дуже по різному з ним взаємодіяли. Одні з найперших держав, представники яких одразу активно почали спілкуватися у соцмережі Твіттер, можна віднести, зокрема Японію, Канаду, Україну, Сирію, Венесуелу та Мексику. Вони обмінювалися повідомленнями на теми, які становлять спільний інтерес. Інші представники країн, таких як Іран, Сомалі, Судан, Лівія, Ірак, Ємен, Північна Корея та Китай не вступали в контакт з ним у соцмережі. Також, характерним є те що, з лідерами союзників Америки Д. Трамп використовує ввічливу мову, негативні повідомлення здебільшого спрямовані проти Ірану, Мексики та Росії.

В цілому, дипломатична комунікація Трампа в Твіттер є унікальною, яку можна розглядати викликом традиційним нормам дипломатії, які не вписуються в рамки конвенції дипломатичної комунікації.

Таким чином, США одними з перших усвідомили роль інформаційно-комунікаційних технологій, які надають можливості забезпечення прямого каналу комунікації між державними структурами та громадянами. США активно впроваджують засоби цифрових технологій у сферу дипломатії. Основними інструментами є соцмережі (Твіттер, Фейсбук), які охоплюють велику аудиторію. Цифрова дипломатія допомагає США просувати свої зовнішньополітичні цілі, розширювати міжнародне охоплення і впливати на думки людей. В цифрову епоху, світові держави повинні враховувати вплив цифрової дипломатії на міжнародні відносини та використовувати ці можливості для забезпечення ефективності проведення зовнішньої політики.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

Джерела:

1. Официальный твиттер–аккаунт МИД России. URL: <https://bit.ly/33qDEPH> (Last accessed: 09.05.2020).
2. Официальный твиттер–аккаунт президента России В. Путина. URL: <https://bit.ly/3mjdKot> (Last accessed: 09.05.2020).
3. Офіційний твіттер-акаунт президента України В. Зеленського. URL: <https://bit.ly/3qrDSQn> (Last accessed: 09.05.2020).
4. A Strategy to Fight Digital Disinformation: Digital Communicators Network, 20 September 2018. URL: <https://bit.ly/3o3KbaT> (Last accessed: 09.04.2020).
5. Comprehensive Annual Report on Public Diplomacy and International Broadcasting (2019). URL: <https://bit.ly/36fK4mQ> (Last accessed: 09.04.2020).
6. Defense Department Strategy for Operating in Cyberspace. URL: <https://bit.ly/2Ve9nz4> (Last accessed: 06.06.2020).
7. Donald J. Trump Statistics on Twitter followers. URL: <https://bit.ly/3ldOaQv> (Last accessed: 06.05.2020).
8. Donald J. Trump Twitter Stats and Analytics. URL: <https://bit.ly/36ck9fF> (Last accessed: 09.05.2020).
9. Exit Interview: Alec Ross on Internet Freedom, Innovation and Digital Diplomacy (2013). URL: <https://bit.ly/3mfAFRv> (Last accessed: 09.07.2020).
10. Facebook account of Jimmy Dushku. URL: <https://bit.ly/37eZpDf> (Last accessed: 09.07.2020).
11. Facebook stats in United States – Politics. URL: <https://www.socialbakers.com/> (Last accessed: 13.05.2020).
12. Former Secretary of State, Hillary Clinton’s conversation with Eileen Donahue, Executive Director of global digital policy. *YouTube*. URL: <https://bit.ly/3fHuvqW> (Last accessed: 10.07.2020).

13. Instagram account of Drew Kelly's. URL: <https://bit.ly/2J8cDtH> (Last accessed: 09.07.2020).
14. Interview with Alec Ross: The Future of Digital Diplomacy (2013). URL: <https://bit.ly/2KJMt0x> (Last accessed: 09.05.2020).
15. Interview with Jared Cohen and Alec Ross about digital diplomacy (2010). URL: <https://nyti.ms/2J9vZ1w> (Last accessed: 09.05.2020).
16. Interview: 21st Century Statecraft with Alec Ross. *YouTube*. URL: <https://bit.ly/39IYMdR> (Last accessed: 09.06.2020).
17. IT Strategic Plan: Fiscal Years 2011–2013 Digital Diplomacy. U. S. Department of State. URL: <https://bit.ly/2Jnglz0> (Last accessed: 09.06.2020).
18. List of the 50 most active world leaders. URL: <https://bit.ly/2J6Rtfr> (Last accessed: 09.07.2020).
19. Making the Case for U.S. Public Diplomacy, September 2017. URL: <https://bit.ly/3nVZfaG> (Last accessed: 09.08.2020).
20. Number of Facebook users in the United States. URL: <https://bit.ly/3lhSjCO> (Last accessed: 09.09.2020).
21. Number of internet users worldwide from 2005 to 2019. URL: <https://bit.ly/3mg4VvJ> (Last accessed: 09.09.2020).
22. Official Facebook account of the US Embassy in Algeria. URL: <https://bit.ly/3mjYbwI> (Last accessed: 22.08.2020).
23. Official Facebook account of the US Embassy in Argentina. URL: <https://bit.ly/3lehd6r> (Last accessed: 09.09.2020).
24. Official Facebook account of the US Embassy in Belarus. URL: <https://bit.ly/2JjpCsb> (Last accessed: 09.09.2020).
25. Official Facebook account of the US Embassy in London. URL: <https://bit.ly/33mBfFI> (Last accessed: 09.09.2020).
26. Official Facebook account of the US Embassy in Moscow. URL: <https://bit.ly/39oLUn1> (Last accessed: 09.09.2020).
27. Official Facebook account of the US Embassy in Ukraine. URL: <https://bit.ly/37jW6ed> (Last accessed: 09.09.2020).

28. Official Twitter account of Abe Shinzo. URL: <https://bit.ly/2J8hQBL> (Last accessed: 09.09.2020).
29. Official Twitter account of Benjamin Netanyahu. URL: <https://bit.ly/3q8M9J3> (Last accessed: 09.09.2020).
30. Official Twitter account of Delcy Rodríguez. URL: <https://bit.ly/37dlu3W> (Last accessed: 09.09.2020).
31. Official Twitter account of Donald Trump. URL: <https://bit.ly/37eJMf3> (Last accessed: 09.09.2020).
32. Official Twitter account of DPRK. URL: <https://bit.ly/39nuWWr> (Last accessed: 09.09.2020).
33. Official Twitter account of Enrique Peña Nieto. URL: <https://bit.ly/3o8USsZ> (Last accessed: 09.09.2020).
34. Official Twitter account of Justin Trudeau. URL: <https://bit.ly/3qaD8ze> (Last accessed: 09.09.2020).
35. Official Twitter account of Malcolm Turnbull. URL: <https://bit.ly/3mklgzt> (Last accessed: 09.09.2020).
36. Official Twitter account of Susan Rice. URL: <https://bit.ly/36bO1J4> (Last accessed: 09.10.2020).
37. Official Twitter account of the Presidency of the Syrian Arab Republic. URL: <https://bit.ly/3lghaHI> (Last accessed: 09.09.2020).
38. Official Twitter account of Theresa May. URL: <https://bit.ly/3fKCzHr> (Last accessed: 09.09.2020).
39. Official Twitter account of US Ambassador to Germany Richard Grenell. URL: <https://bit.ly/39ApIqv> (Last accessed: 09.09.2020).
40. Official Twitter account of U.S. Ambassador to the Republic of Poland Georgette Mosbacher. URL: <https://bit.ly/3o8AiZL> (Last accessed: 09.09.2020).
41. Official Twitter account of U.S. Ambassador to the UK Woody Johnson. URL: <https://bit.ly/2J7nFiQ> (Last accessed: 09.09.2020).
42. Official Twitter account of the U.S. Chief of Mission in the Republic of Croatia Robert Kohorst. URL: <https://bit.ly/3q88aHY> (Last accessed: 09.09.2020).

43. Official Twitter account of the Embassy's Charge d'Affaires Joseph M. Young. URL: <https://bit.ly/3o0ZiC0> (Last accessed: 09.09.2020).
44. Official Twitter account of MFA of Ukraine. URL: <https://bit.ly/3g62vgR> (Last accessed: 09.09.2020).
45. Recommendations to the President on Protecting American Cyber Interests through International Engagement. URL: <https://bit.ly/3q63LoN> (Last accessed: 09.05.2020).
46. Social Media Analytics for Digital Advocacy Campaigns: Five Common Challenges, April 2016. URL: <https://bit.ly/37f2C5V> (Last accessed: 09.09.2020).
47. Social media usage in the United States – Statistics & Facts. URL: <https://bit.ly/3fNnwN9> (Last accessed: 09.05.2020).
48. Special Report on Assessing U.S. Public Diplomacy: A Notional Model (2010). URL: <https://bit.ly/2JjDIId4> (Last accessed: 09.05.2020).
49. Special Report on Can Public Diplomacy Survive The Internet? (2017). URL: <https://bit.ly/39mQ1A1> (Last accessed: 22.06.2020).
50. Special Report on Diplomacy for a Diffuse World (2014). URL: <https://bit.ly/2J6tX2b> (Last accessed: 22.06.2020).
51. Special Report on Data Driven Public Diplomacy: Progress Towards Measuring the Impact of Public Diplomacy and International Broadcasting Activities (2014). URL: <https://bit.ly/37gLTil> (Last accessed: 09.05.2020).
52. Special Report on the Evolution of American Public Diplomacy: Four Historical Insights (2013). URL: <https://bit.ly/36gIQrj> (Last accessed: 09.05.2020).
53. Special Report on Teaching Public Diplomacy and the information instruments of power in a complex information environment (2020). URL: <https://bit.ly/3fLDuY0> (Last accessed: 09.06.2020).
54. Special Report on Optimizing Engagement: Research, Evaluation, and Learning in Public Diplomacy (2018). URL: <https://bit.ly/37hrWIs> (Last accessed: 09.06.2020).

55. Special report on Public Diplomacy and the New «Old» War: countering state-sponsored disinformation, U.S. Advisory Commission on Public Diplomacy, 25 September 2020. URL: <https://bit.ly/2HLD8UZ> (Last accessed: 09.06.2020).

56. Special Report on The New Diplomacy: Utilizing Innovative Communication Concepts that Recognize Resource Constraints (2003). URL: <https://bit.ly/33p8VCI> (Last accessed: 09.05.2020).

57. The most popular politicians in America. URL: <https://bit.ly/3fHJ6m8> (Last accessed: 09.05.2020).

58. Twiplomacy Report 2018. URL: <https://bit.ly/37hUoK6> (Last accessed: 09.05.2020).

59. Twiplomacy Report 2020. URL: <https://bit.ly/3msUN2A> (Last accessed: 09.05.2020).

60. U.S. Department of State Information Technology Strategic Plan for Fiscal Years 2019 – 2022. URL: <https://bit.ly/36d6BAA> (Last accessed: 22.05.2020).

61. World Leaders on Facebook 2019. URL: <https://bit.ly/2KF3BV8> (Last accessed: 09.06.2020).

62. YaLa Young Leaders spread hope online. URL: <https://bit.ly/3mkieLu> (Last accessed: 09.07.2020).

Монографії та наукові статті:

63. Агрба Л. А. Цифровая демагогия, или политический дискурс нового времени. *Политическая лингвистика*. 2019. №2(74). С. 1–11. URL: <https://bit.ly/33HRxcr> (дата обращения: 09.05.2020).

64. Алешкина Н.С. «Цифровая дипломатия»: новые инструменты «мягкой силы». *Вестник Поволжского института управления*. 2018. №1 (18). С. 143–150. URL: <https://bit.ly/3oqyds1> (дата обращения: 09.04.2020).

65. Алхименков М.А. Социальные сети и современная Интернет–дипломатия США. *США и Канада: экономика, политика, культура*. 2014. № 11 (539). С. 52–66. URL: <https://bit.ly/37un8zn> (дата обращения: 09.04.2020).

66. Антюхова Е.А. Цифровая дипломатия США как сегмент публичной дипломатии НАТО. *Вестник Брянского государственного университета*. 2016. №3. С.11–14. URL: <https://bit.ly/2JMreKU> (дата обращения: 09.09.2020).

67. Баранова Т.В. «Новые медиа» как инструмент цифровой дипломатии США. В сборнике: Регионы мира: проблемы истории, культуры и политики. Нижний Новгород, 2020. С. 52–55. URL: <https://bit.ly/33BDIME>(дата обращения: 09.04.2020).

68. Барышников Д. Н., Туленков А. Ю. «Цифровая дипломатия» и государственный суверенитет в эпоху глобализации. *Вестник Санкт–Петербургского университета. Политология. Международные отношения*. 2012. № 4. С 121–128. URL: <https://bit.ly/3mFYxxZ> (дата обращения: 09.09.2020).

69. Белозёров В.К. Международная политическая коммуникация в условиях цифровизации мирового развития. *Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право*. 2020. Т. 13. № 2. С. 177–194. URL: <https://bit.ly/3qiVdLo> (дата обращения: 22.06.2020).

70. Викулова Л.Г., Макарова И.В., Новиков Н.В. Институциональный дискурс цифровой дипломатии: новые коммуникативные практики. *Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание*. 2016. Т. 15. № 3. С. 54–65. URL: <https://bit.ly/3qm1juv> (дата обращения: 09.06.2020).

71. Глебов М. С. Элементы и механизмы новой публичной дипломатии во внешней политике государства. *Государственное управление. Электронный вестник*. 2018. №4. С. 1–19. URL: <https://bit.ly/3g6Ekiq> (дата обращения: 22.06.2020).

72. Горбачева Е.Н. Цифровая дипломатия vs традиционная дипломатия с позиций дискурсивной перформативности (на материале англо– и русскоязычных дипломатических заявлений). *Известия Волгоградского государственного педагогического университета*. 2019. № 5 (138). С. 164–169. URL: <https://bit.ly/2VzZQCN> (дата обращения: 22.06.2020).

73. Долгенко А. Н., Богословская В. Р., Косырева М. С. Интернет и глобальный английский язык как инструменты цифровой дипломатии. *Известия*

Волгоградского государственного педагогического университета. 2019. № 5. С. 138–142. URL: <https://bit.ly/33F8Wmc> (дата обращения: 09.09.2020).

74. Дружинин А.М. «Новые медиа» в информационно-коммуникационной среде. *Век качества*. 2018. № 3. С. 76–84. URL: <https://bit.ly/2JKWt9b> (дата обращения: 22.06.2020).

75. Ефанова Е.В. Социальные медиа в американской публичной политике (на примере социальной сети Twitter). *Вестник Волгоградского государственного университета*. 2020. Т. 25. № 3. С. 172–179. URL: <https://bit.ly/37vM2yK> (дата обращения: 09.09.2020).

76. Зиновьева Е.С. Цифровая дипломатия США: возможности и угрозы для международной безопасности. *Индекс безопасности*. 2013. Т. 19. № 1 (104). С. 213–228. URL: <https://bit.ly/3lwb1a4> (дата обращения: 09.05.2020).

77. Зонова Т.В. Цифровая дипломатия в дипломатической и консульской службе. *Право и управление. XXI век*. 2015. № 3 (36). С. 176–183. URL: <https://bit.ly/3g5vykz> (дата обращения: 09.05.2020).

78. Казакова А.В. Цифровая дипломатия: возможности и риски для национальных государств. Сборники конференций НИЦ Социосфера. 2014. № 33. С. 25–30. URL: <https://bit.ly/33HZVKf> (дата обращения: 09.09.2020).

79. Казаренко Д.С. Влияние цифровой дипломатии на общественное мнение. *Вестник студенческого научного общества ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»*. 2020. Т. 2. № 12–1. С. 112–116. URL: <https://bit.ly/2Vuv6my> (дата обращения: 22.06.2020).

80. Карасев П.А. Новые информационные технологии во внешней политике США. *Мировая экономика и международные отношения*. 2014. № 5. С. 53–62. URL: <https://bit.ly/2L3LLeS> (дата обращения: 09.05.2020).

81. Каролина К. Цифровая дипломатия как инструмент внешней политики США. *Скиф. Вопросы студенческой науки*. 2020. № 5–1 (45). С. 321–326. URL: <https://bit.ly/33HQzgt> (дата обращения: 09.04.2020).

82. Кинаш Е.И. Твиттер–дипломатия как инструмент формирования внешней политики государства (на примере микроблога Д. Трампа в Твиттере).

Мир современной науки. 2019. № 5 (57). С. 71–72. URL: <https://bit.ly/37vTDNM> (дата обращения: 09.05.2020).

83. Кишуева И.А. Цифровая дипломатия США как инструмент «мягкой силы» на постсоветском пространстве. *Вестник Московского городского педагогического университета. Серия: Философские науки*. 2018. № 3 (27). С. 91–100. URL: <https://bit.ly/3оеас7w> (дата обращения: 09.06.2020).

84. Коньков А.Е. Публичная дипломатия как форма публичной политики: государство в условиях кризиса демократии и постправды. *Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС*. 2019. Т. 15. № 3. С. 82–94. URL: <https://bit.ly/3g3HbIM> (дата обращения: 09.06.2020).

85. Кугай А.И., Михайлова В.В. «Цифровое поколение»: угрозы и надежды в эпоху информационно–цифровой цивилизации. *Управленческое консультирование*. 2019. № 7 (127). С. 90–99. URL: <https://bit.ly/33I70Jx> (дата обращения: 09.06.2020).

86. Кузьмин В.В. Анализ рисков цифровой дипломатии. *Материалы V Международного финно–угорского студенческого форума*. 2018. С. 497–499. URL: <https://bit.ly/3olmDPa> (дата обращения: 09.06.2020).

87. Кузьмин В.В. Цифровая дипломатия. *Студенческая наука и XXI век*. 2017. № 15. С. 143. URL: <https://bit.ly/3qrcqCo> (дата обращения: 09.06.2020).

88. Кузьмин В.В. Стратегии кибербезопасности стран мира и цифровая дипломатия. *Студенческая наука и XXI век*. 2018. № 16–1. С. 205–207. URL: <https://bit.ly/3oltwzI> (дата обращения: 09.06.2020).

89. Кругляк Е.Е. Дипломатический дискурс социальных медиа (лингвистический аспект). *Современный дискурс–анализ*. 2018. № 3–2 (20). С. 163–166. URL: <https://bit.ly/3qrcXEA> (дата обращения: 09.06.2020).

90. Леви Д. А. Интернет–мобилизуемая политическая активность и феномен цифровой дипломатии. *Азимут научных исследований: экономика и управление*. 2015. № 4(13). С. 96–99. URL: <https://bit.ly/3IDkKvp> (дата обращения: 09.06.2020).

91. Лосева А.О. Микроблог как инструмент формирования международного политического имиджа. *Альманах современной науки и образования*. 2013. № 6 (73). С. 102–104. URL: <https://bit.ly/39Esif2> (дата обращения: 09.06.2020).

92. Лукашевич Е.В. Тенденции развития языка цифровой дипломатии в медиаполитическом дискурсе. *Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История, филология*. 2017. Т. 16. № 6. С. 91–98. URL: <https://bit.ly/33BVpf2> (дата обращения: 09.06.2020).

93. Малишевская Г.В. Роль социальных сетей в дипломатической практике. *Научные труды Республиканского института высшей школы*. 2020. № 19. С. 133–145. URL: <https://bit.ly/3mD0PxW> (дата обращения: 09.06.2020).

94. Марчуков А. Н. «Публичная дипломатия 2. 0» как инструмент внешнеполитической деятельности. *Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 4: История. Регионоведение. Международные отношения*. 2014. №4 (28). С. 104–113. URL: <https://bit.ly/3g9wLHF> (дата обращения: 09.06.2020).

95. Мусаева Г. К. Цифровая дипломатия США как инструмент «умной силы». *Концепт*. 2019. №4. С. 1–7. URL: <https://bit.ly/33BDIME> (дата обращения: 22.06.2020).

96. Новиков Н.В. Коммуникативные особенности цифровой дипломатии в медийном пространстве. *Вестник Московского городского педагогического университета. Серия: Филология. Теория языка. Языковое образование*. 2016. № 2 (22). С. 120–124. URL: <https://bit.ly/36zbELS> (дата обращения: 09.06.2020).

97. Петров К.Е. Цифровая дипломатия в работе консульской службы США. *Международная аналитика*. 2019. № 3 (28). С. 7–15. URL: <https://bit.ly/33DENvM> (дата обращения: 09.06.2020).

98. Полякова А. А. «Мягкая сила» в контексте внешней политики США: концептуально–теоретические аспекты. *Вестник РГГУ. Серия: Политология. История. Международные отношения*. 2015. № 7. С. 91–102. URL: <https://bit.ly/2VuBLNL> (дата обращения: 09.06.2020).

99. Пономаренко О.В. Новая терминологическая парадигма дипломатического дискурса. *Collection of scientific articles VII International correspondence scientific specialized conference*. 2019. С. 39–47. URL: <https://bit.ly/36z2iQi> (дата обращения: 22.06.2020).

100. Провоторова А. Риски и угрозы цифровой дипломатии. *Вестник КазНПУ*. 2016. № 1082. С. 26. URL: <https://articlekz.com/article/19084> (дата обращения: 11.04.2020).

101. Рогачёв С.В., Виловатых А.В. Информационное обеспечение внешнеполитической деятельности в условиях цифровой реальности. *Проблемы национальной стратегии*. 2019. № 6 (57). С. 108–117. URL: <https://bit.ly/37uvxSY> (дата обращения: 09.06.2020).

102. Сермягина Д.А. Преимущества и риски цифровой дипломатии. *Материалы XXI международной научной конференции*. Екатеринбург, 2020. С. 63–66. URL: <https://bit.ly/3qt9l54> (дата обращения: 09.06.2020).

103. Смирнова Ю. М., Гудилина Е. Н. Институт общественной дипломатии как выражение «мягкой силы»: современное состояние и особенности реализации. *Среднерусский вестник общественных наук*. 2015. № 2(38). С. 208–214. URL: <https://bit.ly/3mCFvs9> (дата обращения: 11.06.2020).

104. Сурма И. В. Цифровая дипломатия в дискурсе глобальной политики. *Вестник МГИМО Университета*. 2014. С 53–60. URL: <https://bit.ly/2Vyynl2> (дата обращения: 01.04.2020).

105. Сурма И. В. Цифровая дипломатия в мировой политике. *Государственное управление. Электронный вестник*. 2015. №49. С. 220–248. URL: <https://bit.ly/3mGrxxl> (дата обращения: 01.04.2020).

106. Тарасова А. А. Современные СМИ и публичная дипломатия: контексты. *Вестник Забайкальского государственного университета*. 2019. № 9(25). С. 97–103. URL: <https://bit.ly/37vLhFP> (дата обращения: 01.04.2020).

107. Трофименко М. В. Національна модель традиційної та публічної дипломатії: досвід США. *Вісник Маріупольського державного університету*.

Сер.: Історія. Політологія. 2014. № 9. С. 140–158. URL: <https://bit.ly/3olvD6U> (дата обращения: 01.04.2020).

108. Торреальба Альфредо А. Твитпломатия: влияние социальной сети Твиттер на дипломатию. *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Международные отношения.* 2015. № 3(15). С. 152–166. URL: <https://bit.ly/3qoWeS6> (дата обращения: 01.04.2020).

109. Торшина К. А. Интернет как инструмент цифровой дипломатии: соединение несоединимого. *Коммуникология.* 2019. №7(3). С. 38–46. URL: <https://bit.ly/37AcF5F> (дата обращения: 01.04.2020).

110. Торшина К. А. Особенности дискурса цифровой дипломатии на современном этапе. *Коммуникология: электронный научный журнал.* 2019. №3(4). С. 30–36. URL: <https://bit.ly/3qorBMI> (дата обращения: 01.04.2020).

111. Цветкова Н.А., Ярыгин Г.О. Политизация «цифровой дипломатии»: публичная дипломатия Германии, Ирана, США и России в социальных сетях. *Политология. Право. Международные отношения.* 2013. № 1. С. 119–124. URL: <https://bit.ly/3qsvdx9> (дата обращения: 01.04.2020).

112. Цветкова Н. Публичная дипломатия США. *Международные процессы.* 2015. Т. 13. № 3 (42). С. 121–133. URL: <https://bit.ly/33GQmdd> (дата обращения: 01.04.2020).

113. Цветкова Н.А. Феномен цифровой дипломатии в международных отношениях и методология его изучения. *Вестник РГГУ. Серия: Политология. История. Международные отношения.* 2020. № 2. С. 37–47. URL: <https://bit.ly/37yntRO> (дата обращения: 01.04.2020).

114. Чеботарёва Н.А. Тенденции развития коммуникативных практик цифровой дипломатии. *Материалы V Международной научно–практической конференции.* 2019. С. 24–25. URL: <https://bit.ly/2JnUtUR> (дата обращения: 01.04.2020).

115. Шамугия И.Ш. Понятие «публичная дипломатия» в теории международных отношений. *Актуальные проблемы современных*

международных отношений. 2017. № 10. С. 136–142. URL: <https://bit.ly/2JJDSKG> (дата обращения: 01.04.2020).

116. Шлюндт Н.Ю. От традиционной дипломатии к публичной дипломатии 2.0: эволюция исследований публичной дипломатии в современной политической науке. *Новая наука: От идеи к результату*. 2017. Т. 2. № 3. С. 109–112. URL: <https://bit.ly/3mHHATS> (дата обращения: 01.04.2020).

117. Adesina O.S. Foreign policy in an era of digital diplomacy. *Psychological studies of social issues*. 2016. № 3. P. 169–189. URL: <https://bit.ly/37Mpl9N> (Last accessed: 09.09.2020).

118. Ahmadian S., Azarshahi S., and D. L. Paulhus. Explaining Donald Trump via communication style: Grandiosity, informality, and dynamism. *Personality and Individual Differences*. 2017. №107 (1). P. 49–53. URL: <https://bit.ly/37vS4iN> (Last accessed: 07.03.2020).

119. Archetti C. The Impact of New Media on Diplomatic Practice: An Evolutionary Model of Change. *The Hague Journal of Diplomacy*. 2012. № 7 (2). P. 184. URL: <https://bit.ly/36y6Ia2> (Last accessed: 09.09.2020).

120. Bean H., and E. Comor. Data driven public diplomacy: A critical and reflexive assessment. *All Azimuth*. 2017. №1 P. 1–16. URL: <https://bit.ly/3oIly8C> (Last accessed: 09.09.2020).

121. Bjola C. Introduction: Making sense of digital diplomacy. *Routledge*. New York. 2015. № 7. P. 1–9. URL: <https://bit.ly/2JN0NEX> (Last accessed: 09.09.2020).

122. Bjola C., Kornprobst M. Understanding International Diplomacy – Theory, Practice and Ethics (II Edit.). New York: Routledge. 2018. 304 p. URL: <https://bit.ly/3ooJMQL> (Last accessed: 09.06.2020).

123. Collins N. and K. Bekenova. Digital diplomacy: Success at your fingertips. *Place Branding and Public Diplomacy*. 2018. № 3. P. 1–11. URL: <https://bit.ly/37Mtmn> (Last accessed: 09.09.2020).

124. Caliandro A. Digital methods for ethnography: Analytical concepts for ethnographers exploring social media environments. *Journal of Contemporary*

Ethnography. 2018. № 47(5). P. 551–578. URL: <https://bit.ly/2KZh8qJ> (Last accessed: 22.06.2020).

125. Cassidy J., I. Manor. Crafting strategic MFA communication policies during times of political crisis: A note to MFA policy makers. *Global Affairs*. 2016. № 2(3). P. 331–343. URL: <https://bit.ly/33GeZH6> (Last accessed: 09.09.2020).

126. Comor E., H. Bean. America's «engagement» delusion: Critiquing a public diplomacy consensus. *International Communication Gazette*. 2012. №74 (3). P. 203–220. URL: <https://bit.ly/3qk6GdP> (Last accessed: 09.09.2020).

127. Crockett Z. What I learned analyzing 7 months of Donald Trump's tweets. 2016. URL: <https://bit.ly/3o29xWL> (Last accessed: 09.06.2020).

128. Crowley M., McCaskill N., and L. Nelson. Trump picks up the phone, sets off diplomatic chaos. 2017. URL: <https://politi.co/3mmErsE> (Last accessed: 09.09.2020).

129. Cull N. J. Public Diplomacy Before Gullion: The Evolution of a Phrase. USC Center on Public Diplomacy Blog, 2006, April 18. URL: <https://bit.ly/3q31YRz> (Last accessed: 22.06.2020).

130. Cull N. J. Public diplomacy: Seven lessons for its future from its past. *Place Branding and Public Diplomacy*. 2013. №6 (1). P. 11–17. URL: <https://bit.ly/36BdLyy> (Last accessed: 09.09.2020).

131. Cull N. J. The Long Road to Public Diplomacy 2.0: The Internet in U.S. Public Diplomacy. *International Studies Review*. 2013. №15 (1). P. 123–139. <https://bit.ly/3mGE8sD> (Last accessed: 09.06.2020).

132. Cull N. J. Wikileaks, public diplomacy 2.0 and the state of digital public diplomacy. *Place Branding and Public Diplomacy*. 2011. №7 (1).P. 1–8. URL: <https://bit.ly/33XlmWP> (Last accessed: 09.08.2020).

133. Dale H. C. Public Diplomacy 2.0: Where the U.S. Government Meets «New Media». 2009. Heritage Foundation. URL: <https://bit.ly/2KNFYdf> (Last accessed: 09.09.2020).

134. Deos A. Digital Diplomacy & Social Capital: Analyzing Relational Components of Trust in US & Israeli Online Social Networks. URL: <https://bit.ly/39oSYA3> (Last accessed: 04.04.2020).

135. Di Caro G. D(e-)plomacy: Do Social Networks Really Contribute to the Transparency of Diplomacy? *Equilibri*. 2012. №16 (3). P. 481–484. URL: <https://bit.ly/2JxUd5B> (Last accessed: 04.04.2020).

136. Enli G. Twitter as arena for the authentic outsider: exploring the social media campaigns of Trump and Clinton in the 2016 US presidential election. *European Journal of Communication*. № 32(1). P. 50–61. URL: <https://bit.ly/2JxUDJd> (Last accessed: 04.05.2020).

137. Facebook sued over Cambridge Analytica data scandal. URL: <https://bbc.in/36fWbA3> (Last accessed: 09.09.2020).

138. Gabler N. Donald Trump, the emperor of social media. 2016. URL: <https://bit.ly/2KOALSs> (Last accessed: 09.09.2020).

139. Gregory B. American Public Diplomacy: Enduring Characteristics, Elusive Transformation. *The Hague Journal of Diplomacy*. 2011. № 6(3–4). P. 351–372. URL: <https://bit.ly/36BfvYC> (Last accessed: 09.07.2020).

140. Gregory B. Public diplomacy: Sunrise of an academic field. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*. 2008. № 616 (1). P. 274–290. URL: <https://bit.ly/31E4Y3a> (Last accessed: 09.07.2020).

141. Gross J. H., K.T. Johnson. Twitter taunts and tirades: Negative campaigning in the age of Trump. *Political Science and Politics*. 2016. № 49(4). P. 748–754. URL: <https://bit.ly/31zKCrT> (Last accessed: 09.07.2020).

142. Gruzd A., Wellman B., and Y. Takhteyev. Imagining Twitter as an imagined community. *American Behavioral Scientist*. 2011. № 55(10). P. 1294–1318. URL: <https://bit.ly/2JxikRY> (Last accessed: 09.09.2020).

143. Hallams E. Digital Diplomacy: The Internet, the Battle for Ideas & U.S. Foreign Policy. *CEU Political Science Journal*. 2010. № 4. P. 538–574. URL: <https://bit.ly/33JhI2C> (Last accessed: 09.09.2020).

144. Harris B. Diplomacy 2.0: The future of social media in nation branding. *Exchange: The Journal of Public Diplomacy*. 2013. №4 (1). P. 3–8. URL: <https://bit.ly/33G7vEa> (Last accessed: 09.09.2020).

145. Hayden C. Social Media at State: Power, Practice, and Conceptual Limits for U.S. Public Diplomacy. *Global Media Journal—American Edition*. 2012. № 11(21). P. 1–20. URL: <https://bit.ly/3ojBoSh> (Last accessed: 20.08.2020).

146. Howard P. N., Parks M. R. Social Media and Political Change: Capacity, Constraint, and Consequence. *Journal of Communication*. 2012. №62 (2). P. 359–362. URL: <https://bit.ly/3qAlpl0> (Last accessed: 09.09.2020).

147. Huang K. State media criticism of Trump's «addiction to Twitter diplomacy» signals China's frustration. *South China Morning Post*, 2017. URL: <https://bit.ly/2JhuXjN> (Last accessed: 09.08.2020).

148. In defence of Donald Trump's Twitter diplomacy. *The Guardian*, 2017. URL: <https://bit.ly/36cQ6Vc> (Last accessed: 09.09.2020).

149. Ittefaq M. Digital Diplomacy via Social Networks: A Cross-National Analysis of Governmental Usage of Facebook and Twitter for Digital Engagement. *Journal of Contemporary Eastern Asia*. 2019. №18 (1). P. 49–69. URL: <https://bit.ly/39ATnjb> (Last accessed: 09.08.2020).

150. Lee J., Y. Lim. Gendered campaign tweets: The cases of Hillary Clinton and Donald Trump. *Public Relations Review*. 2016. №42 (5). P. 849–855. URL: <https://bit.ly/39FC3ta> (Last accessed: 20.08.2020).

151. Lewis S.C., Zamith R., A. Hermida. Content analysis in an era of big data: A hybrid approach to computational and manual methods. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. 2013. № 57(1). P. 34–52. URL: <https://bit.ly/2Jx1LWh> (Last accessed: 20.08.2020).

152. Manor I. What is Digital Diplomacy, and how is it Practiced around the World? A brief introduction. 2016. URL: <https://bit.ly/2JjCBKH> (Last accessed: 09.09.2020).

153. Manor I. WikiLeaks revisited. URL: <https://bit.ly/3o28LsP> (Last accessed: 10.05.2020).

154. Metz J.F. Network diplomacy. *Georgetown Journal of International Affairs*. 2001. №2. P. 77–87. URL: <https://bit.ly/39FzS9i> (Last accessed: 10.05.2020).
155. Nye J.S. Public Diplomacy and Soft Power. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*. 2008. № 616. P. 101–102. URL: <https://bit.ly/3qpO24d> (Last accessed: 10.05.2020).
156. Ott B. L. The age of Twitter: Donald J. Trump and the politics of debasement. *Critical Studies in Media Communication*. 2017. № 34(1). P. 59–68. URL: <https://bit.ly/3qrDbXm> (Last accessed: 10.05.2020).
157. Payne G., Sevin E., Bruya S. Public Diplomacy in the Digital Age. *Comunicação Publica*. 2011. №6 (10). P. 45–70. URL: <https://bit.ly/2L4TERf> (Last accessed: 10.05.2020).
158. Pelling J. Public diplomacy in the age of networks: Midwives4all. *Place Branding and Public Diplomacy*. 2016. №12 (2). P. 201–209. URL: <https://bit.ly/3mPqIKM> (Last accessed: 10.05.2020).
159. Rashica V. The benefits and risks of digital diplomacy. *SEEU Review*. 2018. №13 (1) P. 75–89. URL: <https://bit.ly/37yEw6g> (Last accessed: 10.05.2020).
160. Rolfe M. R. Rhetorical Traditions of Public Diplomacy and the Internet. *The Hague Journal of Diplomacy*. 2014. № 9 (1). P. 76–101. URL: <https://bit.ly/33IB2gf> (Last accessed: 10.05.2020).
161. Sandre A. Twitter for diplomats. *Diplofoundation and Istituto Diplomatico*. 2013. URL: <https://bit.ly/2JIWuQS> (Last accessed: 09.09.2020).
162. Sending O. J., Pouliot V., Neumann I. B. The Future of Diplomacy Changing Practices, Evolving Relationships. *International Journal: Canada's Journal of Global Policy Analysis*. 2011. № 6(3). P. 527–542. URL: <https://bit.ly/3opjfCz> (Last accessed: 09.09.2020).
163. Strauss N., Kruikemeier S. Meulen H., and G. Noort. Digital diplomacy in GCC countries: Strategic communication of Western embassies on Twitter. *Government Information Quarterly*. 2015. №32 (4). P. 369–379. URL: <https://bit.ly/3qnvgtV> (Last accessed: 09.09.2020).

164. Spry D. Facebook diplomacy: a data-driven, user-focused approach to Facebook use by diplomatic missions. *Media International Australia incorporating Culture and Policy*. 2018. URL: <https://bit.ly/36fIykz> (Last accessed: 09.09.2020).

165. Tremonti A. M. Diplomacy in the Trump era poses challenges for world leaders. 2016. URL: <https://bit.ly/33oFPDs> (Last accessed: 09.09.2020).

166. Tuch H. N. *Communicating with the World: U. S. Public Diplomacy Overseas*. Washington, DC: Georgetown University. URL: <https://amzn.to/33pG011> (Last accessed: 22.09.2020).

167. Verrekia B. *Digital Diplomacy and Its Effect on International Relations*. 2017. URL: <https://bit.ly/2KN7CXQ> (Last accessed: 09.09.2020).

168. Westcott N. Digital diplomacy: The impact of the Internet on international relations. *SSRN Electronic Journal*. 2008. № 16. P. 1–20. URL: <https://bit.ly/2VzMQwQ> (Last accessed: 09.09.2020).

169. Zaharna R. S., Rugh W. A. Issue Theme: The Use of Social Media in U.S. Public Diplomacy. *Global Media Journal–American Edition*. 2012. № 11(21). P. 1–8. URL: <https://bit.ly/37ALbwu> (Last accessed: 22.09.2020).

170. Zhang J. A Strategic Issue Management (SIM) Approach to Social Media Use in Public Diplomacy. *American Behavioral Scientist*. 2011. № 57 (9). P. 1312–1331. URL: <https://bit.ly/36DkMPw> (Last accessed: 09.09.2020).

171. Zhong X., J. Lu. Public diplomacy meets social media: A study of the U.S. Embassy's blogs and micro-blogs. *Public Relations Review*. 2013. №39 (5). P. 542–548. URL: <https://bit.ly/36zvFSy> (Last accessed: 22.09.2020).

ПРАКТИЧНА ЧАСТИНА

UNITED STATES DIGITAL DIPLOMACY AND ITS IMPACT ON INTERNATIONAL RELATIONS

Key words: public diplomacy, digital diplomacy, USA, Facebook, Twitter, D. Trump, international security.

Public diplomacy has always been an important component of foreign policy of the world's leading states. Due to the acceleration of globalization and intensive development of the Internet as a way to promote ideas and relay them to society, public diplomacy has become one of the most important tools of world politics. Previously, traditional diplomacy influenced public opinion in foreign countries through information propaganda, which was distributed through radio, television and film production. With the development of the Internet, more opportunities have opened up to influence society globally, and the role of public diplomacy has increased, as new platforms for interaction between world leaders, non-governmental organizations and citizens have appeared.

The Internet, in interaction with digital technologies, has provided instant access to new information. The advantages include accessibility, speed of message distribution, and information exchange using text and audiovisual content. Diplomats and government officials have begun to use interactive communication opportunities to meet their professional needs, in particular, they use social networks to get feedback from the public and partners, strengthen international cooperation, stimulate trade relations or manage international crises, etc.

In accordance with the above-stated, innovations have influenced the development of diplomacy and improved interaction with international partners. Media pages that distribute posts on Twitter and Facebook help establish feedback. There was a transition from monologue to dialogue. This allowed officials to conduct bilateral conversations with the public. Among the advantages, it is also worth highlighting that

Twitter and Facebook allowed diplomats to have an individual image (not only cover public, working moments, but also show the personal side of life – hobbies and family). This contributes to a sense of trust in the community. Digital diplomacy opens up opportunities for global interaction, but it also creates new problems and challenges.

The United States was one of the first among the advanced countries to introduce digital technologies in diplomacy. Their politicians actively use digital diplomacy in their practical activities; various forms of propaganda in order to present themselves as transparent and interactive subjects. The United States of America is one of the leading practitioners of public diplomacy. The country has an office of “E–diplomacy”, which is responsible for expanding the US presence on digital communication platforms and for creating innovative projects in the field of public diplomacy.

For Ukraine, this issue remains relevant in terms of gaining experience in the formation and management of digital diplomacy. For our country, to become competitive in the digital age, we need to adopt new strategies, start using the latest technologies and tools for creating multimedia content more intensively in order to establish productive interaction with foreign audiences.

The research object is public diplomacy as a component of international relations.

The research subject is the United States digital diplomacy and its impact on international relations.

The aim of the research is to investigate the experience of the United States of America in the introduction of digital technologies in the field of public diplomacy and the impact of this process on international relations.

For achieving the above set goals, we are to investigate the following specific **research objectives**:

- to analyze the evolution of public diplomacy in a terminological context;
- to evaluate the phenomenon of digital diplomacy;
- to investigate Facebook as a digital diplomacy instrument;
- to reveal the content of Twitter diplomacy as a new way to implement the “soft power” of the United States;

- to describe the impact of digital technologies on international security.
- to consider the personality of D. Trump as a phenomenon of the modern new public diplomacy.

The chronological framework of the study covers the period from 2002 to 2020. The lower frame is related to the period in 2002, when the United States created the first digital diplomacy programs (the first working group on internet diplomacy at the State Department). The upper frame is the point when the presidential elections in the United States, where D. Trump was defeated, took place. In our research, he is considered as a major player in digital diplomacy.

The geographical boundaries of the research cover the current borders of the United States of America.

The scientific novelty consists in complementing and systematizing knowledge about the US digital diplomacy. In this paper, the analysis of digital tools, namely social networks, was improved. For the first time, the Twitter and Facebook accounts of US embassies were analyzed. Based on them, we were able to determine the degree of influence on the public to promote foreign policy interests and values. In addition, we considered the features of using Twitter diplomacy on the example of D. Trump, which can be used for further research.

The theoretical and practical significance. The approaches, analysis and results of the master's thesis can be applied further: in the educational process – preparation of lectures, special courses and methodological recommendations; in elective courses; at schools with advanced study of humanities. The main provisions and conclusions of the research can be used by the Ministry of Foreign Affairs to identify shortcomings in the diplomatic sphere of our country and help determine the main trends of digital diplomacy, which will allow their application in Ukraine in the future.

Conclusions. Public diplomacy has gone through a long evolution since its inception in political discourse. Today, we consider this term as communication between state parties and the foreign public in order to promote foreign policy, usually to inform, influence, and enhance the international image of an actor or a problem.

It is important to add that despite the fact that the phenomenon of public diplomacy arose not so long ago, the pace of its institutional formation was so fast that at the moment it is one of the dominant diplomatic practices. The dynamic development of the forms and methods of public diplomacy, involvement of a wide range of state institutions and civil society in achieving their goals, allowed a number of scientists to talk about the emergence of a “new public diplomacy” along with traditional diplomacy, given the peculiarities of the information revolution and the Internet era.

Digital diplomacy is usually understood as a form of public diplomacy. It involves the use of digital technologies and social media platforms such as Twitter and Facebook by states to engage in communication with foreign audiences. Social media has undoubtedly changed the present of the international community. They have become the undisputed channel of diplomatic communication. The use of social networks by diplomats has opened up opportunities for communication between politicians and citizens. These tools provide diplomatic missions with direct access to citizens both inside and outside their countries. This communication often bypasses government and media filters, potentially allowing countries to influence foreign audiences more effectively and achieve diplomatic goals.

We can say that currently the US government agencies, namely embassies and diplomats, are trying to use Facebook as a new tool of public diplomacy in order to influence the foreign public. We have monitored the pages of US embassies in Ukraine, Belarus, Russia, Argentina, London and Algeria. On these pages, the main topics of publications were identified, namely information for local residents about immigration procedures and visa requirements; employment at the embassy, financing of development projects, scholarships; information for foreign citizens about voting in elections; news related to local holidays or the Memorial Day, etc. American diplomats and ambassadors only express positive, liberal opinions.

During the research, it was found that most of the US embassies pages only contain news content. Among the disadvantages, we should note that there are no elements that can be used to attract more users to interact. Also, it is worth saying that representatives do not have pages, they communicate with the foreign community

through an official account. Among the advantages, there are the following: the pages of the US embassies in Algeria and Argentina have active users who follow updates, constantly respond to messages and try to be conscious citizens.

The use of Twitter by officials to establish communications is no longer an illusory concept, but a form of soft power that is now available to every international actor on Twitter. Citizens and politicians of other countries were able to learn more about international political events and instantly communicate with them by commenting on these events. Twitter allows government officials to broadcast their thoughts on current issues and events without the need to use official diplomatic channels.

In our study, we analyzed the activity of American ambassadors on Twitter. For the analysis, we selected the pages of the following US ambassadors: Joseph M. Young (Japan), Woody Johnson (Great Britain), Georgette Mosbacher (Poland), Robert Kohorst (Croatia) and Richard Grenell (Germany). We can say that the ambassadors use Twitter in different ways, because priorities and styles are very different. The US ambassadors to Japan, Poland, Croatia and Germany are very active on Twitter. They publish messages on various topics, even about their personal interests and initiatives. Others are more reserved and prefer to leave most of their Twitter activity on the Twitter homepage. However, everyone has the same goal to build and maintain an open channel of communication with people as representatives of the United States in a foreign state.

It is still too early to talk about the final use of US Twitter diplomacy. The main drawback is that most ambassadors and diplomats do not have official accounts or those accounts are run by embassy employees. They usually only publish official statements and official press releases, which is very similar to public diplomacy in the old days. In order for people to feel interest from a foreign country, ambassadors and diplomats need to use social networks for informal purposes more.

These powerful social networks have taken on the role of effective platforms for promoting American values expressed in promoting liberal principles, individual human freedoms, democracy, etc. The active use of US social networks has a number

of positive aspects: it allows managing the formation of opinions in online communities; diplomacy receives feedback, which allows it to coordinate its policies; it also obtains an ability to directly convey the necessary information to the addressee, bypassing the extra steps of the information cascade. In the near future, it is obvious that Facebook and Twitter will become powerful diplomatic weapons, an integral part of the communication tools of every diplomat.

Digital technologies have a fundamental impact on international relations. Firstly, they increase and strengthen the number of voices and interests involved in the international policy-making process, complicating the international decision-making process and reducing the exclusive control of states in this process by creating a platform for people to express their opinions directly and in real time. The physical barriers to decision-making have disappeared, which has led to an easier access to information and creation of virtual structures for implementation. Secondly, they speed up dissemination of information, accurate or false, which may affect events. Thirdly, it allows providing traditional diplomatic services faster and more cost-effective to both own citizens and the government as well as to citizens of other countries.

Despite all the objective advantages of digital technologies, politics, recognizing the importance of the internet, considers the development of digital diplomacy exclusively in the context of the risks and threats of cybercrime, hacking, and cyber terrorism. The internet is perceived as a channel of terrorism, imposition of someone else's ideology and external non-political propaganda, as a means of information warfare. Despite these risks, digital diplomacy has changed the foundations of spreading ideas and functioning networks in international relations, bringing the world together and leading to a more effective foreign policy.

D. Trump is a phenomenon of digital diplomacy, who uses Twitter to communicate with international actors. His style of communication on Twitter as President is characterized by negativity, grandiosity, and impulsiveness, all of which are not considered appropriate characteristics for a diplomatic language. He is very emotional and direct in his statements, does not use ambiguous wording, which is a

characteristic feature of diplomatic communication. D. Trump set the trend of exchanging opinions on the social network among high-ranking officials.

The diplomats and foreign services of the countries that were mentioned by Trump in his tweets interacted with him in very different ways. Some communicated with Trump quite actively, namely Japan, Canada and Ukraine, Syria, Venezuela, and Mexico, especially on the issues of common interest. Other countries, such as Iran, Somalia, Sudan, Libya, Iraq, Yemen, North Korea and China have not contacted him on social media. The diplomatic representatives in China, Yemen, Iraq and North Korea had no official Twitter accounts. Moreover, D. Trump tends only to use a polite language with the leaders of the US allies, with the negative messages mostly directed against Iran, Mexico and Russia.

Overall, Trump's diplomatic communication on Twitter seems quite unique, and in this sense it can be seen as a challenge to modernity, while other diplomats and foreign services around the world seem to continue to follow traditional conventions of diplomatic communication.

Checked by _____

DIE DIGITALE DIPLOMATIE DER USA UND IHRE AUSWIRKUNGEN AUF DIE INTERNATIONALEN BEZIEHUNGEN

Schlüsselwörter: die öffentliche Diplomatie, die digitale Diplomatie, Facebook, Twitter, internationale Sicherheit.

Die Aktualität der Forschung. Die öffentliche Diplomatie war schon immer ein wichtiger Bestandteil der Außenpolitik der weltweit führenden Nationen. Aufgrund der Beschleunigung der Globalisierung und der intensiven Entwicklung des Internets ist die öffentliche Diplomatie zu einem der wichtigsten Instrumente der Weltpolitik geworden. Zuvor beeinflusste die traditionelle Diplomatie die öffentliche Meinung des Auslandes durch Informationspropaganda, die durch Radio-, Fernseh- und Filmproduktion verbreitet wurde.

Mit der Entwicklung des Internets haben sich mehr Möglichkeiten eröffnet, die Gesellschaft global zu beeinflussen, die Rolle der öffentlichen Diplomatie hat zugenommen, da neue Plattformen für die Interaktion von Weltführern, Nichtregierungsorganisationen und Bürgern entstanden sind.

Das Internet in der Zusammenarbeit mit digitalen Technologien bot die Möglichkeit, sofort auf neue Informationen zuzugreifen. Von den Vorteilen können unterschieden werden: die Verfügbarkeit, die Geschwindigkeit der Verbreitung von Nachrichten, Austausch von Informationen über Text und audiovisuelle Inhalte. Die Diplomaten und Beamte haben begonnen, die Möglichkeiten der interaktiven Kommunikation zu nutzen, um Ihre beruflichen Bedürfnisse zu erfüllen. Insbesondere die Nutzung sozialer Netzwerke für Rückmeldungen der Öffentlichkeit, der Partner, um die internationale Zusammenarbeit zu stärken, die Handelsbeziehungen zu fördern oder internationale Krisen zu bewältigen usw.

In Übereinstimmung mit dem oben Gesagten haben Innovationen die Entwicklung der Diplomatie beeinflusst und die Zusammenarbeit mit internationalen Partnern verbessert. Medienseiten, die Beiträge auf Twitter und Facebook verbreiten, helfen dabei, Feedback zu geben. Es gab einen Übergang vom Monolog zum Dialog.

Dies fördert das Vertrauen in die Gemeinschaft. Die digitale Diplomatie eröffnet Möglichkeiten für globales Engagement, schafft aber auch neue Herausforderungen und Herausforderungen. Dies ermöglichte es Regierungsbeamten, bilaterale Gespräche mit der Öffentlichkeit zu führen.

Die USA sind eines der ersten fortgeschrittenen Länder, die begonnen hat, digitale Technologien in der Diplomatie einzuführen. Ihre Politiker nutzen die digitale Diplomatie aktiv in der Praxis, wenden verschiedene Formen der Propaganda an, um sich als transparentes und interaktives Subjekt zu präsentieren. Die Vereinigten Staaten von Amerika sind einer der führenden Praktiker der öffentlichen Diplomatie. Das Land hat ein Büro gewidmet „E-Diplomatie“, die für den Ausbau der US-Präsenz auf digitalen Kommunikationsplattformen und für die Schaffung innovativer Projekte im Bereich der öffentlichen Diplomatie verantwortlich ist.

Für die Ukraine bleibt dieses Thema relevant, um Erfahrungen in der Bildung und Verwaltung der digitalen Diplomatie zu sammeln. Damit unser Land im digitalen Zeitalter wettbewerbsfähig wird, müssen wir neue Strategien anwenden und die neuesten Technologien und Tools zur Erstellung von Multimedia-Inhalten intensiver einsetzen, um eine produktive Interaktion mit einem ausländischen Publikum zu ermöglichen.

Das Objekt der Forschung ist die öffentliche Diplomatie als Bestandteil der internationalen Beziehungen.

Der Gegenstand der Forschung ist die digitale Diplomatie der USA und Ihre Auswirkungen auf die modernen internationalen Beziehungen.

Das Ziel dieser Forschung ist es, die Erfahrungen der Vereinigten Staaten von Amerika bei der Einführung digitaler Technologien in den Bereich der öffentlichen Diplomatie und die Auswirkungen dieses Prozesses auf die internationalen Beziehungen zu untersuchen.

Zur Erreichung des gestellten Ziels sind folgende **Aufgaben** zu lösen:

- 1) die Entwicklung der öffentlichen Diplomatie im terminologischen Kontext zu analysieren;
- 2) das Phänomen der digitalen Diplomatie auszuwerten;

- 3) Twitter–Diplomatie als neuen Weg zur Umsetzung der «Soft Power» der USA zu forschen;
- 4) die Auswirkungen der digitalen Technologie auf die internationale Sicherheit zu bestimmen;
- 5) die Persönlichkeit von D. Trump als ein Phänomen der modernen neuen öffentlichen Diplomatie zu betrachten.

Die chronologischen Rahmen der Forschung umfassen den Zeitraum von 2002 bis November 2020. Die Untergrenze ist mit der Zeit 2002 verbunden, als die USA die ersten Programme der digitalen Diplomatie (die erste Arbeitsgruppe für Internet Diplomatie im Außenministerium) gründeten. Die Obergrenze ist auf die Durchführung der Wahlen in den USA zurückzuführen, wo Donald Trump eine Niederlage erlitten hat. Für unsere Forschung war er ein wichtiger Akteur in der digitalen Diplomatie.

Die geographischen Grenzen der Forschung erstrecken sich auf das Territorium der Vereinigten Staaten von Amerika.

Die wissenschaftliche Neuheit der Forschung besteht darin, das Wissen über die digitale Diplomatie der USA zu ergänzen und zu systematisieren. In dieser Forschung wurde die Analyse digitaler Instrumente, nämlich sozialer Netzwerke, verbessert. Erstmals wurden die Twitter–und Facebook–Accounts der US–Botschaften analysiert. Auf Ihrer Grundlage konnten wir den Grad des Einflusses auf die Öffentlichkeit bestimmen, um außenpolitische Interessen und Werte zu fördern. Darüber hinaus wurden die Besonderheiten der Verwendung von Twitter–Diplomatie am Beispiel von D. Trump untersucht, die für weitere Untersuchungen verwendet werden können.

Die praktische Bedeutung besteht darin, dass dieses Wissen in der weiteren Entwicklung, in den fakultativen Kursen, in den Schulen mit vertieftem Studium der humanitären Disziplinen angewendet werden kann. Die wichtigsten Bestimmungen und Schlussfolgerungen der Forschung können vom Außenministerium verwendet werden, um Mängel in der diplomatischen Interaktion unseres Landes zu identifizieren und helfen, die wichtigsten Trends der digitalen Diplomatie zu identifizieren, die sie später in der Ukraine anwenden werden.

Das erste Kapitel „Stand des wissenschaftlichen Forschungsproblems, die Quellenbasis und Forschungsmethodik“ ist dem Stand der wissenschaftlichen Forschungsthemen, der Quellen und der Literatur über das Problem der Forschung, der Bestimmung von methodologischen Grundlagen gewidmet.

Im zweiten Teil – „Theoretische Aspekte der Entstehung der digitalen Diplomatie“, wurde die Entwicklung der Bildung der öffentlichen Diplomatie in einem terminologischen Kontext, das Studium der Merkmale der digitalen Diplomatie der USA analysiert.

Im Dritten Kapitel „Werkzeuge der digitalen Diplomatie der USA in der Außenpolitik“ untersuchten wir die Verwendung von sozialen Netzwerken, nämlich Facebook und Twitter von diplomatischen Institutionen der USA, um einen Offenen Kanal der Kommunikation mit der ausländischen Gemeinschaft zu unterstützen.

Im vierten Kapitel „Die Auswirkungen der digitalen Diplomatie auf die internationalen Beziehungen“ wurden die wichtigsten Vorteile und Nachteile des Einsatzes digitaler Technologien identifiziert, die die Grundlagen der Verbreitung von Ideen und des Funktionierens von Netzwerken in den internationalen Beziehungen veränderten und zu einer wirksameren Außenpolitik führten. Außerdem wurde der Kommunikationsstil von D. Trump auf Twitter analysiert, der ein Phänomen der modernen öffentlichen Diplomatie ist.

In den Schlußfolgerungen werden die wichtigsten Grundlagen und Resultate der Forschungsarbeit zusammengefasst.

Es wurde festgestellt, dass die öffentliche Diplomatie seit Ihrer Entstehung im politischen Diskurs eine lange Entwicklung durchgemacht hat. Unter diesem Begriff verstehen wir die Kommunikation zwischen den staatlichen Parteien und der ausländischen Öffentlichkeit, um die Außenpolitik zu fördern, in der Regel zu informieren, zu beeinflussen und das internationale Image des Schauspielers oder des Problems zu verbessern. Dabei werden digitale Technologien und Social–Media–Plattformen wie Twitter und Facebook von Staaten genutzt, um in der Regel kostengünstig mit ausländischen Zuschauern zu kommunizieren.

Digitale Diplomatie wird normalerweise als eine Form der öffentlichen Diplomatie verstanden. Soziale Netzwerke haben zweifellos die Gegenwart der internationalen Gemeinschaft verändert. Sie sind zu einem unbestrittenen Kanal der diplomatischen Kommunikation geworden. Die Nutzung sozialer Netzwerke durch Diplomaten eröffnet Möglichkeiten für die Kommunikation zwischen Politikern und Bürgern. Diese Instrumente bieten diplomatischen Missionen direkten Zugang zu den Bürgern innerhalb und außerhalb Ihrer Länder.

Man kann sagen, dass derzeit die US-Regierungsstrukturen, nämlich Botschaften und Diplomaten, versuchen, Facebook als neues Instrument der öffentlichen Diplomatie zu nutzen. Wir haben die Seiten der US-Botschaften in der Ukraine, Weißrussland, Russland, Argentinien, Algerien gefördert. Auf diesen Seiten wurden die wichtigsten Themen der Publikationen, nämlich Informationen für einheimische über einwanderungsverfahren und Visa-Anforderungen, Beschäftigung in der Botschaft, Finanzierung von Entwicklungsprojekten, Stipendien, Informationen für ausländische Bürger über die Abstimmung bei Wahlen; Nachrichten im Zusammenhang mit lokalen Feiertagen oder Memorial Day. Es wurde festgestellt, dass die meisten Seiten der US-Botschaften nur Nachrichteninhalte enthalten.

In unserer Forschung wurde die Aktivität der amerikanischen Botschafter auf Twitter analysiert. Für die Analyse haben wir die Seiten der US-Botschafter ausgewählt: Joseph M. Young (Japan), Woody Johnson (Großbritannien), Georgette Mosbacher (Polen), Robert Kohorst (Kroatien) und Richard Grenell (Deutschland). Man könnte sagen, dass Botschafter Twitter auf verschiedene Arten verwenden, weil die Prioritäten und Stile sehr unterschiedlich sind. Die US-Botschafter in Japan, Polen, Kroatien und Deutschland sind auf Twitter sehr aktiv. Sie veröffentlichen Beiträge zu verschiedenen Themen, sogar zu Ihren persönlichen Interessen und Bestrebungen. Andere sind zurückhaltender und entscheiden sich dafür, die meisten Twitter-Aktivitäten auf Der Twitter-Startseite zu hinterlassen. Jeder hat jedoch das gleiche Ziel, einen offenen Kommunikationskanal mit Menschen als Vertreter eines ausländischen Staates in den Vereinigten Staaten aufzubauen und zu pflegen.

Es ist noch zu früh, um über den endgültigen Einsatz der digitalen Diplomatie in den USA zu sprechen. Die meisten Botschafter und Diplomaten veröffentlichen normalerweise nur offizielle Erklärungen und offizielle Pressemitteilungen, was der öffentlichen Diplomatie in den alten Tagen sehr ähnlich ist. In naher Zukunft ist klar, dass Facebook und Twitter zu einer mächtigen diplomatischen Waffe werden, die ein wesentlicher Bestandteil der Kommunikationsinstrumente jedes Diplomaten ist.

Es wurde festgestellt, dass digitale Technologien einen fundamentalen Einfluss auf die internationalen Beziehungen haben. Erstens sie erhöhen und verstärken die Anzahl der Stimmen und Interessen, die in den Prozess der internationalen Politik einbezogen werden, was den Prozess der internationalen Entscheidungsfindung erschwert und die ausschließliche Kontrolle der Staaten in diesem Prozess verringert. Zweitens beschleunigen sie die Verbreitung genauer oder falscher Informationen, die sich auf Ereignisse auswirken können. Drittens ist es möglich, traditionelle diplomatische Dienste sowohl für die Bürger und die Regierung als auch für die Bürger anderer Länder schneller und kostengünstiger bereitzustellen.

Bei allen objektiven Vorteilen der digitalen Technologie betrachtet die Politik, die die Bedeutung des Internets anerkennt, die Entwicklung der digitalen Diplomatie ausschließlich im Zusammenhang mit den Risiken und Bedrohungen von Cyberkriminalität, Hacking und Cyberterrorismus. Das Internet wird als Kanal des Terrorismus, der Auferlegung der Ideologie anderer Leute und der äußeren unpolitischen Propaganda als Mittel des Informationskrieges wahrgenommen. Trotz dieser Risiken hat die digitale Diplomatie die Grundlagen für die Verbreitung von Ideen und das Funktionieren von Netzwerken in den internationalen Beziehungen verändert.

D. Trump ist ein Phänomen der digitalen Diplomatie, das Twitter nutzt, um mit internationalen Schauspielern zu kommunizieren. Sein Kommunikationsstil auf Twitter als Präsident zeichnet sich durch Negativität, Grandiosität und Impulsivität aus, die alle nicht als geeignete Merkmale für die diplomatische Sprache angesehen werden. D. Trump setzte den Trend zum Meinungs austausch zwischen hochrangigen Beamten über das soziale Netzwerk. Im Allgemeinen scheint Trumps diplomatische

Kommunikation auf Twitter ziemlich einzigartig zu sein, und in diesem Sinne kann sie als Herausforderung von heute angesehen werden, während andere Diplomaten und diplomatische Dienste auf der ganzen Welt weiterhin den traditionellen Konventionen der diplomatischen Kommunikation zu folgen scheinen.

Geprüft von:

Співпраця США та України у цифровому просторі

В Україні наявні дипломатичні представництва США, які інформують про свою діяльність на офіційній сторінці, а також через соцмережі Фейсбук, Твіттер, Інстаграм та Ютуб.

Аналізуючи офіційний веб-сайт посольства США в Україні (ua.usembassy.gov), ми ознайомились з інформацією, яку умовно можна поділити за різною тематикою: візові питання, послуги для громадян США, відомості про відносини США–Україна, бізнес, освіту та культуру, загальні дані про посольство та новини [5].

У першому розділі, який присвячений питанням про візові процедури, в свою чергу поділяється на неімміграційну візу (відомості для поїздок до Сполучених Штатів на тимчасовій основі, включаючи туризм, тимчасову зайнятість, навчання і обмін) та імміграційну візу (для іноземних громадян, які хочуть постійно проживати в Сполучених Штатах) [5].

Другий розділ «Послуги» повідомляє про питання, що стосуються надзвичайної допомоги (міжнародне викрадення дітей батьками, арешт громадянина США тощо); послуги з громадянства, правова та медична допомога, соціальний захист, справи ветеранів, голосування тощо [5].

В розділі «Наші відносини» можемо дізнатися офіційні дані про зв'язки між США та Україною, відомості про керівників місій США в Україні, лідерів уряду США. На сьогоднішній час тимчасово повірений у справах є Крістіна Квін, виконуючий обов'язки заступника голови місії Джозеф Пеннінгтон [5].

У наступному розділі про бізнес, є інформація про ведення бізнесу в Україні, про можливості початку роботи в США. Крім цього, містить економічні дані та звіти.

У розділі про культуру та освіту, розміщуються програми навчання, стажування та обміну в США для українських студентів. Також, відомості про американські центри, які діють на території усієї України, як приклад центр «Вікно в Америку», який проводить різноманітні заходи, спрямовані на зближення американців та українців – відбуваються лекції спікерів зі США,

співробітників Посольства, науковців Програми ім. Фулбрайта, волонтерів Корпусу Миру та інших американців, завдяки яким громадяни США та України вчаться один в одного, водночас зміцнюючи зв'язки між нашими країнами [5].

Ще одним центром просування інтересів США в Україні є «Американський дім», який на основі передових технологій, сприяє відкритому спілкуванню й дискусіям, зводить культурні мости задля поглибленого обговорення ключових питань, надає можливості розвитку професійного й особистого потенціалу, стимулює творчість, новаторство та співпрацю довкола спільних цінностей України і США [5].

Отже, офіційна інтернет-сторінка посольства США, містить тільки новинний контент, відсутній діалог з іноземною спільнотою. Цей блог корисний для надання первинної інформації про останні події.

Офіційна сторінка посольства США існує і у соцмережі Твіттер, яка має назву @USEmbassyKyiv. За нею слідкують 44, 7 тис. підписників, створена в червні 2011 році [5].

На сторінці ми фіксуємо невелику активність українських підписників, що вказує на те, що вони не активні у спілкуванні з американськими представниками.

Теми останніх дописів присвячені – соціальним проблема (насильство проти жінок), військовим навчанням (обмін досвідом між солдатами), співпраця України з НАТО, фінансова допомога морській охороні, благодійності тощо.

Як приклад, допис за 18 жовтня присвячений соціальній допомозі: *«У рамках свого 1-го глобального партнерства, @USAIDUkraine і Благодійна фундація «Дім Рональда МакДональда» (@RMHC) нададуть 12 млн. дол США для розвитку сімейної моделі отримання медичних послуг по всій території України – аби допомогти тим родинам, чії діти перебувають у лікарні [4]».*

Цей допис вподобався 14 користувачам та зібрав 2 репости. Українці не достатньо активні у Твіттері, тому що ця соцмережа на достатньо популярна в нашій країні, яка налічує близько 1,5 млн. користувачів.

Твіт про військові події – *Навіть на відстані взаємини міцнішають! Солдати @CalGuard провели онлайн зустрічі з солдатами @ng_ukraine. Вони обговорили питання найму, розвитку та утримання на службі молодих лідерів. #ПартнерствоУкраїнаСША допомагає Україні ставати сумісною з НАТО і боротися з агресією Росії* [4]. Налічував 20 вродобань, 4 репости.

Твіт про підтримку українців – *«Представники США закликають Росії слідувати ініціативі України та відкрити всі пункти в'їзду–виїзду на Донбасі та дозволити мирним жителям України одержувати пенсії та купувати ліки. Росія та її поплічники повинні припинити перешкоджати прогресу на шляху до миру коштом мирних жителів»* [4].

Цей допис зібрав 75 уподобань, 7 коментарів та 1 людина поділилися їм на своїй особистій сторінці. Коментарі здебільшого негативні: *«Закликають приємно. Але нагадайте нам, коли в останній раз Путін робив що–небудь, тому що його хтось умовляв?»*, *«Ви не втомилися від одноманітних відозв? Ніхто ваших порад, в командно–дидактичному тоні, слухати не збирається»*, *«Рашен федерейшн розуміє тільки мову сили. Дипломатичні заяви добре, але не достатньо в даному випадку»* [4].

На основі цих коментарів, можна сказати, що українці не особливо вірять у реальну допомогу з боку США. Посольство США продовжує підтримувати Україну та її народ, і робить все можливе для зміцнення взаєморозуміння, продовження співпраці в напрямі розвитку між народами країн.

Також наявні дописи про події пов'язані зі святковими днями, вшанування пам'яті, реакціями американських дипломатів на внутрішні зміни у владній сфері та геополітичну ситуацію та інше.

Як, наприклад твіт про вшанування пам'яті – 245 років честі, мужності та відданості. *«Сьогодні ми згадуємо про служіння та жертви всіх морських піхотинців та вшановуємо спадщину, що передається крізь покоління #ВітаємоМорськихПіхотинців!»* [4]. Ця публікація налічує 29 вподобань, 4 репости.

На сторінці є опублікований твіт присвячений вшануванні пам'яті громадській активістці Катерині Гандзюк, яка боролась за права громадян, намагалась подолати корупцію в країні. Цей допис зібрав 42 вподобання, 14 ретвітів [4]. Українці писали слова подяки, що американські дипломати не забувають наших героїв.

Таким чином, аналізуючи сторінку, можна сказати, що користувачі пасивні, які майже не залишають коментарів, відсутній зворотній зв'язок між українцями та американцями.

В Україні також є офіційна сторінка посольства США у Фейсбуці, яка називається @usdos.ukraine, що налічує 121 769 підписників, 116 803 користувачів вподобали цю сторінку. Діє акаунт з 2009 року [2]. Така велика кількість підписників, пов'язана з блокуванням російських соцмереж «Вконтакте» та «Однокласники» в Україні.

За проаналізований період ми визначили основні теми публікацій, а саме події пов'язані зі святковими днями, реакція американських дипломатів на внутрішні зміни у владній сфері та геополітичну ситуацію та інше.

На сторінці наявний мультимедійний контент, зокрема відео з привітаннями. Наприклад, допис, що присвячений Дню української писемності та мови. У відео американські дипломати поділилися своїми улюбленими українськими словами. Цей допис зібрав 1,1 тис уподобань, 31 коментар та 286 людей поділилися їм на своїх особистих сторінках. Коментарі здебільшого позитивні: «Класне відео! Дякуємо за таке тепле привітання!»; «Ви завжди такі креативні, по українськи, що перехоплює дух!» [2].

На сторінці опублікований допис присвячений вшануванні пам'яті громадській активістці Катерині Гандзюк, яка боролась за права громадян, намагалась подолати корупцію в країні. Українці писали слова подяки, що американські дипломати не забувають наших героїв.

Також, дипломати висловлюють чітку позицію щодо Криму, публікуючи дописи з відповідними хештегами #КримЦеУкраїна, які зібрали 340 уподобань [2].

Українці активно коментують дописи чи публікації, які розміщені на офіційній сторінці посольства.

Крім цього, у посольства США в Україні є канал на Ютубі, який налічує 5,49 тис. підписників. Створений у 2007 році, за цей час канал набрав 2 962 151 переглядів [6]. На каналі наявні відео про святкові вітання (з днем Києва, з Днем Незалежності тощо); візові питання (наприклад, коли можна подавати заяву на отримання туристичної візи? Які документи потрібні для звернення по візу до США?) тощо.

Останнє опубліковане відео присвячене Сьомій річниці початку Євромайдану. Американські представники підтримують народ України та пов'язані з Євромайданом надії на успішну економіку, на уряд, який працює на благо українців, поважає їхні права й однаково ставиться до всіх громадян відповідно до закону [6]. Переглянули це відеоповідомлення 73 користувача, які залишили 8 вподобань та 5 коментарів. Здебільшого це слова подяки за підтримку та пам'ять героїв.

Також є відео з привітаннями. Наприклад, присвяченій Дню української писемності та мови. У відео американські дипломати поділилися своїми улюбленими українськими словами. Це відео зібрало 589 переглядів, 17 вподобань та 19 коментарів. Коментарі здебільшого позитивні: «Дякую. Україна з США. Боже, благослови Америку!», «Вітаю всіх, хто шанує рідну мову, свій край! Дякуємо за привітання українським дипломатам з Америки!!!» [6].

Також, у посольства США в Україні наявний акаунт в Інстаграмі, який має назву usembkuiv, налічує 13 тис. підписників [3]. Теми публікацій ідентичні дописам, які поширюються у Фейсбуці, Твіттері. В середньому публікації збирають 100 вподобань, 5 коментарів.

Підсумовуючи можна сказати, що цифровий контент починає відігравати важливу роль для співробітництва між державами для підтримки, налагодження добросусідських відносин. Американські представники активно проводять свою політику не тільки через офіційні канали, а за допомогою новітніх технологій –

соцмереж Фейсбук, Твіттер, Інстаграм та Ютуб. Наприклад, аналізуючи посольства США в Україні, найбільш активною є сторінка у Фейсбук (121 769 підписників), де користувачі завзято приймають участь в обговоренні зовнішньополітичних питань коментуючи та поширюючи події світового порядку. Найбільш цікави темами для українців є підтримка США України у матеріальному та технічному плані.

Друге місце займає соцмережа Твіттер, яка налічує 44, 7 тис. підписників, де українські користувачі досить пасивні. Вони не взаємодіють через цю сторінку, досить мало коментують події. Оскільки кількість зареєстрованих у Твіттері українців сягає тільки 1 млн. чоловік, а у Фейсбуці за даними дослідження 2019 року кількість користувачів становить понад 17 млн. чоловік [1]. На третьому місці розміщується соцмережа Інстаграм (13 тис. підписників), на цьому акаунті здебільшого публікується фото –мультимедійний контент. Четверте місце займає платформа Ютуб, найменш популярна для налагодження відносин, відсутній «фідбек».

Таким чином, сторінки посольства США в Україні існують на всіх наявних цифрових платформах. Основна мета охопити як найбільшу аудиторію, молоде покоління, яке більш активне в Інстаграм та Ютуб і старше, які люблять «сидіти» в Фейсбуці.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ:

1. Дослідження комунікаційного агентства «PlusOne» статистики української аудиторії в Facebook, Instagram, Twitter. URL: <https://bit.ly/36aZLLW> (Last accessed: 09.10.2020).
2. Official Facebook account of the US Embassy in Ukraine. URL: <https://bit.ly/2VbGROF> (Last accessed: 09.10.2020).
3. Official Instagram account of the US Embassy in Ukraine. URL: <https://bit.ly/36hSM3Y> (Last accessed: 09.10.2020).

4. Official Twitter account of the US Embassy in Ukraine. URL: <https://bit.ly/3qbdOsX> (Last accessed: 09.10.2020).
5. Official website of the US Embassy in Ukraine. URL: <https://bit.ly/2VcwMky> (Last accessed: 09.10.2020).
6. Official YouTube channel of the US Embassy in Ukraine. URL: <https://bit.ly/2JkfkRQ> (Last accessed: 09.10.2020).

Декларація
академічної доброчесності
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ

Я, Собченко Марія Олегівна, студентка 2 курсу, денної форми здобуття освіти, історичного факультету, спеціальності 291 міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії, освітньої програми країнознавство, адреса електронної пошти sobchenkomari@gmail.com,

– підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Цифрова дипломатія Сполучених Штатів Америки та її вплив на міжнародні відносини» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлена;

– заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;

– згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

3 грудня 2020 року _____ Собченко Марія Олегівна

3 грудня 2020 року _____ Омельченко Андрій Вікторович