

Григор'єва Олександра

ЦИФРОВА ДИПЛОМАТІЯ – ІННОВАЦІЙНИЙ ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО МІЖНАРОДНОГО ІМІДЖУ УКРАЇНИ

У статті йдеться про глобальну тенденцію до використання нетрадиційних інструментів міжнародного спілкування, зокрема цифрової дипломатії, а також про практику використання Україною Twiplomacy для просування свого позитивного іміджу на міжнародній арені.

Ключові слова: цифрова дипломатія, імідж, соціальні мережі, хаштагська дипломатія.

The article refers to the global tendency to use non-traditional instruments of international communication, in particular digital diplomacy, as well as Ukraine's practice of using Twiplomacy to promote its positive image in the international arena.

Keywords: digital diplomacy, image, social networks, hashtag diplomacy.

Сучасна міжнародно-політична наука визнає ефективну роль публічної дипломатії у створенні позитивного міжнародного іміджу країни. Оскільки у XXI столітті найголовнішим постачальником інтелектуального ресурсу є світова мережа Інтернет, тому такі нетрадиційні інноваційні інструменти міжнародної комунікації, як, наприклад, соціальні мережі, почали відігравати вагомий роль у політико-дипломатичній сфері у контексті просування позитивного іміджу України за кордоном.

Вітчизняна історіографічна база досліджуваної нами проблематики тільки формується. Дотично питаннями цифрової дипломатії переймалися такі українські дослідники, як М. Трофименко [11], Т. Грачевська [2], С. Гуцал [3]. У їхньому науковому дискурсі досліджуються аспекти дефініцій, суті й змісту трансформації публічної дипломатії, її сучасні виміри, форми та механізми.

У зарубіжній та вітчизняній міжнародно-політичній літературі утвердився на категоріально-понятійному рівні синонімічний ряд щодо назви дипломатії, яка включає в себе елементи інтернет-активності, – це цифрова дипломатія, електронна дипломатія, дипломатія соціальних мереж, Twitter-дипломатія, публічна дипломатія Web 2.0 тощо [11, с. 301–302].

Твіттер є найбільш поширеною мережею серед світових лідерів (друге місце посідає Фейсбук, третє - Інстаграм). 97% усіх держав-членів ООН офіційно присутні на цій платформі. Проте Україна не фігурує у жодному з топ-рейтингів, оскільки це відносно молода і малорозвинена сфера комунікативної діяльності нашої країни. Водночас в українському політикумі спостерігається позитивна динаміка у використанні електронних ресурсів. Революція Гідності стала поштовхом до збільшення

кількості Твіттер-аудиторії в Україні майже вдвічі. Це вплинуло на залученість України до цифрової дипломатії. Почали створюватись офіційні твіттер-акаунти Президента України, Прем'єр-міністра, Адміністрації Президента, Міністерства закордонних справ України, Кабміну. Топ-3 українських політика у Твіттері – Президент Петро Порошенко @POROSHENKO, колишній прем'єр-міністр Арсеній Яценюк @YATSENYUK_AP та міністр закордонних справ Павло Клімкін @PAVLOKLIMKIN [1].

Відомо, що упродовж тривалого часу проблематика російсько-українського збройного конфлікту стабільно перебуває у світових новинних стрічках. Його обговорення серед найвищих держпосадовців інших країн у Твіттері стало поширеним явищем. Цікавим кейсом виступають події, пов'язані із окупацією Криму, під час яких акаунт @CanadaNATO зробив твіт із картою Росії та України, позначивши відповідні кордони країн. Наступного дня офіційний акаунт Міністерства закордонних справ Росії відреагував, оприлюднивши карту, на якій Крим позначений як територія РФ. Реалізація офіційної політики держави вже не обмежуються традиційними засобами, вона вдосконалюється такими інноваційними технологіями як глобальна мережа Інтернет [4].

У Твіттері Президент України та міністр закордонних справ часто використовують різноманітні хештеги. Найбільш часто вживані ті, які апелюють до України в образі «жертви агресії»: #StopRussianAggression, #Russia AttacksUkraine, #SanctionsAgainstRussia, #CrimeIsUkraine, #CrimeIsBleeding, #RussiaInvadedUkraine та інші. Ці хештеги та відповідні твіти до них здебільшого написані англійською, що дозволяє охопити частину іноземної аудиторії.

Хештег #UkraineIsEurope окреслює географічну та ментальну приналежність України до Європи. Петро Порошенко у своєму твіті зазначає: «На Сході ми боронимо не лише себе, а всю європейську цивілізацію», – що надає нам моральне право претендувати на повноправний вступ до євроатлантичних структур [10].

Серед англомовних хештегів часто зустрічаються ті, які доповнюють образ «нації героїв» з точки зору українських політв'язнів, які перебувають у російських казематах. Хештеги #FreeSentsov, #FreeKolchenko, #FreeSushchenko, #FreeBalukh, #SaveUkrainianPOWs, #FreeAzovSeaSailors, #LetMyPeopleGo та #TheyAreStillThere набули світового розголосу і віддзеркалилися у численних мітингах, демонстраціях, пікетах на знак солідарності з Україною у її боротьбі з російською агресією.

Хештеги #НоваАрмія та #ЗахистимоУкраїну як постулювання образу «нації героїв» в обличчі українських військових апелюють до внутрішньої аудиторії і зустрічаються лише в україномовних твітах. Часто такі хештеги публікуються під відеоконтентом, який інформує про досягнення ЗСУ за 4,5 роки. Однак використання лише державної мови у таких важливих

меседжах значно звужує можливості просування іміджу України як держави із сильною, потужною армією серед іноземної спільноти [9].

Хештег #УспішнаУкраїна є відносно молодим, за допомогою нього розкривається образ «нової України». У Твіттері Президент України проінформував українців про покращення інвестиційного клімату в країні та збільшення на 40% обсягу торгівлі з ЄС [8]. Асоціативний ряд з новою Україною створюють також хештеги #Tomos, або #Томос, #CorrectUA та #KyivNotKiev. Останні два хештеги є складовою онлайн-кампанії МЗС України #CorrectUA, яка була запущена через те, що світові ЗМІ такі, як Reuters, The New York Times, BBC та інші помилково транслітерують українські топографічні назви з російської мови [6]. Ця кампанія набула широкого резонансу серед користувачів соціальних мереж і знайшла відгомін у закордонній аудиторії.

Усвідомлюючи необхідність єдиного підходу у використанні бренду України та популяризації країни у світі, восени 2018 року Кабінет міністрів ухвалив брендбук до бренду України Ukraine Now («Україна зараз»), де серед іншого зазначені принципи використання #UkraineNow у соціальних мережах [5]. У Твіттері Міністерство інформаційної політики повідомило, що цей бренд був презентований у Варшаві, Берліні та Празі [7].

Соціальні мережі виступають майданчиком для широкої аудиторії, завдяки яким створюється можливість просування бренду та іміджу країни серед іноземної спільноти. Проте переважна більшість твітів українських політиків звернена на внутрішню аудиторію, оскільки вони публікуються державною мовою. Окрім цього, відсутня чітко визначена стратегія щодо просування міжнародного іміджу України між різними структурними підрозділами державного апарату.

Отже, у сучасних умовах для просування позитивного міжнародно-політичного іміджу України широкого розповсюдження набули нетрадиційні засоби дипломатії, серед яких вагоме місце займає цифрова дипломатія. Для комплексного й системного використання її можливостей необхідно провести ґрунтовну та поглиблену роботу над виробленням у соціальних мережах спеціальної програми ведення офіційних сторінок апарату Президента та Міністерства закордонних справ України; розширити набір інструментів цифрової дипломатії; підвищити присутність українських урядовців та дипломатів у мережі Інтернет; дублювати акаунти у Твіттері, а також сторінки у соціальних мережах іноземними мовами, що дозволить залучити ширшу як внутрішню, так і зовнішню аудиторію.

Список джерел та використаної літератури:

1. Twiplomacy Study 2018. July 10. 2018. URL: <https://twiplomacy.com/blog/twiplomacy-study-2018/>
2. Грачевська Т.О. Неофіційна дипломатія як невід’ємна складова сучасних міжнародних відносин // Грані. 2012. №4 (84). с. 157–160.

3. Гуцал С. А. Публічна дипломатія як сучасний пріоритет зовнішньої політики держави // Стратегічні пріоритети. 2010. №3 (16). с.106–113.
4. Крючок М. Український твіттер у глобальному політичному контексті. Європейська обсерваторія журналістики. 8 травня. 2015. URL: <https://ua.ejo-online.eu/>
5. Основні принципи роботи з брендом UkraineNow. Міністерство інформаційної політики України. 2018. URL: <http://mip.gov.ua/files/UkraineNOW-brandbook.pdf>
6. Твіт Клімкіна П. А. (@PavloKlimkin). 6 жовтня. 2018. URL: <https://twitter.com/PavloKlimkin/status/1048552342591746048>
7. Твіт Міністерства інформаційної політики України (@MIP_UA). 28 грудня. 2018. URL: https://twitter.com/MIP_UA/status/1078664907028086787
8. Твіт Порошенко П.О. (@poroshenko). 2 січня. 2019. URL: <https://twitter.com/poroshenko/status/1080448220604653569>
9. Твіт Порошенко П.О. (@poroshenko). 30 грудня. 2018. URL: <https://twitter.com/poroshenko/status/1079378416770650112>
10. Твіт Порошенко П.О. 25 листопада. 2018. URL: <https://twitter.com/poroshenko/status/1066640874942152705>

Оцвера Анна

«ТВІТТЕР-ДИПЛОМАТІЯ» ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗОВНІШНЬОЇ ПОЛІТИКИ

Тези присвячено феномену «Твіттер-дипломатії» як різновиду цифрової дипломатії та важливого інструменту політичної комунікації, який використовується для впливу на громадську думку, зокрема у процесах формування іміджу держави або політичного лідера. Водночас важливим є і зворотній зв'язок цієї комунікації, який дозволяє політикам, що ухвалюють політичні рішення, зрозуміти очікування суспільства та його готовність/неготовність мобілізуватися для реалізації певної політики.

Ключові слова: публічна дипломатія, «Твіттер–дипломатія», Twitter, інформаційне середовище, міжнародна політика, цифрова дипломатія

The article is devoted to the phenomenon of "Twitter-diplomacy" as a kind of digital diplomacy and an important tool of political communication, which is used to influence public opinion, in the processes of forming the image of the state or political leaders. At the same time, the feedback of this communication is also important, because this allows politicians, who make political decisions, to understand the expectations of society and its readiness / unwillingness to mobilize for the implementation of a particular policy.

Keywords: public diplomacy, «Twitter–diplomacy», Twitter, information environment, international policy, digital diplomacy