

UDC 316.774:004.738.5:327

Oleksandr Vysotskyi

Доктор політичних наук, професор кафедри міжнародних відносин, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (м. Дніпро)

e-mail: vysalek@gmail.com

ELECTRONIC DIPLOMACY AS A TOOL OF PROPAGANDA

Abstract

The main of the study is to reveal the essence and instrumental potential of e-diplomacy in **objective** the international arena, particularly in the area of effective implementation impact on foreign audiences. Methodological basis of research is the instrumental approach, which allowed to consider e-diplomacy as a system of effective means of influence on world public opinion. The study of the problem of e-diplomacy has led to fruitful results. It is proved that e-diplomacy is a powerful instrument for regulating international relations thanks to the technological potential of «soft power», primarily due to its ability to attract attention, seduce and maintain a positive attitude in the most convenient way and familiar environment of social networks. Factors in popularity of the use of e-diplomacy are: 1) publicity; 2) communication; 3) the availability of technical facilities that contribute to public contact with the unlimited circle of consumers; 4) quick and easy content creation; 5) instant and simultaneous editing of messages; 6) collaboration over any text or the project; 7) constant communication diplomats and senior government officials with a mass audience; 8) storage of large amounts of information directly in the network; 9) ease of transfer of audiovisual data; 10) the possibility of disclosure of any information in the network. The efficiency and effectiveness of e-diplomacy depend on balance, creativity and effectiveness of the means used to accomplish their objectives. Much of the effectiveness of e-diplomacy tools is their appeal as the basis of «soft power», which is their effectiveness. Propaganda strategies play a major role in the implementation of the tasks of e-diplomacy. Propaganda strategy of e-diplomacy is a mechanism for reasoned justification of foreign policy and activities of the state through the use of the communicative possibilities of online tools like websites and social networks, among which of particular importance are Facebook and Twitter, because they reach the audience all over the world. The propaganda strategies within the framework of e-diplomacy one can divide into the information, estimative and explanative ones.

Keywords: Electronic diplomacy; propaganda; soft power; communication; international relations

УДК 316.774:004.738.5:327

Висоцький Олександр Юрійович

Доктор політичних наук, професор кафедри міжнародних відносин, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (м. Дніпро)

e-mail: vysalek@gmail.com

ЕЛЕКТРОННА ДИПЛОМАТІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОПАГАНДИ

Резюме

Мета статті—виявити сутність та інструментальний потенціал електронної дипломатії на міжнародній арені, зокрема, в сфері ефективного здійснення впливу на зарубіжну громадськість. **Методологічною основою дослідження є інструментальний підхід, який дозволив розглянути електронну дипломатію як систему ефективних засобів впливу на світову громадську думку. Доведено, що** електронна дипломатія—це могутній інструмент регулювання міжнародних відносин завдяки технологічному потенціалу «м'якої влади», насамперед, завдяки її можливостям притягати увагу, спокушати та підтримувати позитивні відносини у найбільш зручний спосіб та звичному середовищі соціальних мереж. Велику роль у реалізації завдань електронної дипломатії відіграють пропагандистські стратегії. Пропагандистська стратегія електронної дипломатії є механізмом аргументованого обґрунтування зовнішньої політики та діяльності держави через використання комунікативних можливостей таких інтернет-інструментів як веб-сайти та соціальні мережі, серед яких особливого значення мають Facebook та Twitter, оскільки охоплюють аудиторію всього світу.

Ключові слова: електронна дипломатія; пропаганда; м'яка сила; комунікація; міжнародні відносини

1. Вступ

З появою Інтернету та усвідомленням його інструментальних можливостей для розвитку пропагандистської діяльності на міжнародній арені, особливо для подальшого розвитку публічної дипломатії, електронна дипломатія поступово стає одним із важливіших засобів впливу на світову громадську думку. Фактично, у випадку електронної дипломатії, можна стверджувати про нове дихання та якісно новий рівень функціонування публічної дипломатії, яка уособлює реалізацію принципу «м'якої сили». Разом з тим, електронна дипломатія є одночасно результатом розвитку технологій комунікації. Електронна дипломатія є ознакою глобалізації, що спричиняє зміни й в галузі міжнародної пропаганди.

Актуальність осмислення електронної дипломатії, перш за все, обумовлена новими вимогами, які висуваються перед зовнішньополітичними інститутами держав та PR-структурами міжнародних організацій у сучасну добу, коли ефективна комунікація на світовій арені визначає успіхи в розширенні можливостей реалізації інтересів міжнародних суб'єктів, та, кінець кінцем, детермінує встановлення регіонального та глобального панування. Найбільше значення у дослідженні електронної дипломатії має виявлення її технологічного потенціалу, що може бути конвертований у конкретні досягнення у сфері конкуренції за вплив на міжнародну громадську думку.

Наше дослідження спирається на ідеї та концепції, що були сформульовані та обґрунтовані такими авторами як Дж. Най [1], Дж. Мелісен [2], Р. Соломон [3], Ф. Хансон [4], М. Холмс [5], Дж. Сінгх [6].

Мета статті—виявити сутність та інструментальний потенціал електронної дипломатії на міжнародній арені, зокрема, в сфері ефективного здійснення впливу на зарубіжну громадськість.

2. Методи дослідження

Методологічною основою дослідження став інструментальний підхід, який дозволив розглянути електронну дипломатію як систему ефективних засобів впливу на світову громадську думку.

3. Результати

Так склалося, що для позначення явища, для якого використовується нами термін електронна дипломатія, існує ще декілька термінологічних синонімів. Це кібердипломатія (*cyber diplomacy*), нетдипломатія (*net diplomacy*), віртуальна (*virtual diplomacy*) та цифрова дипломатія (*digital diplomacy*). Термін кібердипломатія сягає корінням давньогрецького кібер (*κυβερ*), що означало управління. Префікс «кібер» дійшов до нас завдяки фундатору кіберетики Норберту Вінеру та став особливо популярним з появою Інтернету. Він активно використовувався до початку 2000-х років (кіберкультура, кіберзлочин, кібертероризм, кіберправо), а потім поступово зник, залишившись в основному у складі термінів, пов'язаних з інформаційною безпекою. Термін «нетдипломатія» отримав розповсюдження завдяки доповіді «Нетдипломатія до 2015 року» («*Net Diplomacy: Toward the Year 2015*»), що вийшла в 2001 році та підготовкою якої керував директор Інституту публічної дипломатії Університету ім. Дж. Вашингтона Баррі Фултон. Термін «віртуальна дипломатія» впровадив у науковий обіг президент Інституту миру США Р.Соломон у 1997 р., визначивши її як «соціальні, економічні та політичні інтеракції, що опосередковані електронними засобами більше, ніж прямою комунікацією [7]. Термін «електронна дипломатія» функціонує фактично із запуску 2000 р. у Великій Британії «Стратегії розвитку електронної дипломатії», що стала фактично одним із документів, що регламентує діяльність міністерства закордонних справ цієї держави. Широке розповсюдження термін «Електронна дипломатія» отримав після виходу роботи австралійського вченого Ф. Хансона «Революція@Держава: розповсюдження е-дипломатії» [4]. За Ф. Хансоном, електронна дипломатія—це використання мережі та нових інформаційно-комунікаційних технологій для сприяння реалізації дипломатичних цілей.

Електронну дипломатію можна розуміти як в широкому так й у вузькому значенні. У широкому значенні, це використання будь-яких можливостей інформаційно-комунікаційних технологій і, насамперед інтернет-простору, в організації виконання дипломатичних функцій. У вузькому значенні, це технологія реалізації дипломатичних завдань, що пов'язані з конституювання та розподіленням владних відносин у міжнародній політиці. Перше визначення означає, що електронна дипломатія—це допоміжна ланка в здійсненні дипломатичної діяльності, що підносить її до рівня вимог будь-якої сучасної діяльності управлінського характеру та, одночасно, наражає її на ризики, пов'язані із недоліками сучасної системи кібербезпеки, про що свідчить витік дипломатичної інформації завдяки діяльності WikiLeaks. Друге визначення орієнтує нас на осмислення електронної дипломатії як могутнього інструменту регулювання міжнародних відносин завдяки технологічному потенціалу «м'якої влади», перш за все, завдяки її можливостям притягати увагу, спокушати та підтримувати позитивні відносини у найбільш зручний спосіб та звичному середовищі соціальних мереж. Так, М. Холмс, акцентуючи увагу на специфічних інструментах, вважає, що електронна дипломатія є не лише стратегією публічної дипломатії, але також державним механізмом управління міжнародними змінами (5, р. 30).

Інструментарій електронної дипломатії включає нові медіа, соціальні мережі, блоги та інші медіаінструменти інтернету. Використання медійних майданчиків, боротьба за завоювання широкої аудиторії, фактично дозволяє порівнювати електронну дипломатію з масмедіа. Як і у випадку масмедіа, серед головних завдань електронної дипломатії стає розширення аудиторії та донесення до неї інформації. Популярності електронної дипломатії сприяли такі чинники,

що сформувалися внаслідок розвитку інтернету: 1) публічність; 2) комунікативність; 3) наявність технічних засобів, що обумовлюють публічний контакт з необмеженим колом споживачів інформації; 4) швидке та легке створення контенту; 5) миттєве і одночасне редагування повідомлень; 6) спільна робота над будь-яким текстом або проектом; 7) постійне спілкування дипломатів та вищих державних осіб з масовою аудиторією; 8) зберігання великих обсягів інформації безпосередньо в мережі; 9) легкість передачі аудіовізуальних даних; 10) можливість оприлюднення будь-якої інформації в мережі.

Електронну дипломатію здійснюють державні відомства, зокрема, зовнішньополітичні, урядові органи, а також неурядові організації, чия діяльність пов'язана з реалізацією зовнішньополітичного порядку денного. Спостерігається високий рівень персоналізації електронної дипломатії, коли дипломати ведуть інформаційні блоги в таких соціальних мережах як Facebook і Twitter. Електронна дипломатія просуває зовнішньополітичні інтереси через інтернет-телебачення, соціальні мережі, мобільні телефони і спрямована на масову аудиторію та політичні еліти. Електронна дипломатія зараз використовується значною частиною держав світу.

У залежності від суб'єктів, об'єктів, засобів та контенту (характеру інформації, що передається) електронну дипломатію можна виділити на декілька видів та родів. За суб'єктом здійснення, електронну дипломатію можна поділити на електронну дипломатію голови держави, голови уряду (у багатьох державах голови держави та уряду мають свої акаунти в соціальних мережах), електронна дипломатія міністерств закордонних справ, електронна дипломатія послів, консулів, представників міжнародних організацій, глав електронна дипломатія високопосадовців, державних службовців, електронна дипломатія громадян (отримала назву «citizen diplomacy»). За об'єктами здійснення, внутрішню (орієнтовану на громадян своєї країни), союзницьку (орієнтовану як на фактичних, так і потенційних союзників) та захисну (орієнтовану на зовнішньополітичних противників, ворожі сили). За контентом, можна назвати репрезентативну, превентивну, консенсусну, примусову, культурну, оперативну, стратегічну, символічну і т. п. За засобами електронну дипломатію можна поділити на сайтову (здійснюється за допомогою сайту зовнішньополітичного відомства, консульства, офіційної сторінки президента, голови уряду і т. п.), соціально-мережеву електронну дипломатію, яку можна поділити на відомчу та персональну (здійснюється через соціальні мережі Facebook, Twitter), блогову (здійснюється через блоги дипломатів, міжнародних аналітиків, державних чиновників, активних громадян (блогерів), відеохостінгову (YouTube).

Ефективність та результативність електронної дипломатії залежить від зваженості, креативності та ефективності засобів, що використовуються для реалізації її завдань. Велику роль у ефективності засобів електронної дипломатії відіграє їх привабливість як основа «м'якої сили», що складає їх дієвість.

Особливої уваги заслуговує, перш за все, сайт зовнішньополітичного відомства як засіб електронної дипломатії, який поєднує вербальні та візуальні способи подання інформації. Функція сайту полягає не стільки в інформуванні аудиторії, скільки в управлінні її знаннями, цінностями та символічною картиною світу. Автори сайту, свого роду колективний пропагандист зовнішньополітичних інтересів держави має так подати інформацію (аналіз подій, думки, оцінки фактів та явищ міжнародного життя), щоб споживач інформації був переконаним у справедливості та необхідності реалізації саме таких заходів на міжнародній арені, які були запропоновані на сайті для реалізації. Звичайно, при пропагандистському характері комплексу інформації, що репрезентується на сайті, пропагандистський підтекст не має бути помічений адресатом, інакше пропагандистський задум не спрацює. Це вимагає того, щоб зовнішньополітична позиція держави, точка зору на певну подію подавалася як єдино можлива, найбільш ефективна та така, що впливає із стислої, але глибокої та переконливої аргументації.

Сьогодні сайти мають практично усі інституціональні учасники міжнародних відносин: міністерства закордонних справ, посольства, консульства та міжнародні організації. Розвиток

комунікативного простору таких сайтів спрямовано на створення позитивного образу країни чи організації на світовій арені.

Принципами, які сприяють ефективності сайтів як інструментів електронної дипломатії, є дієвість (*efficiency*), енциклопедичність, візуальна привабливість, доцільна структурованість, функціональність.

Принцип дієвості передбачає оперативне розміщення актуальної інформації дипломатичним відомством. Інформацію на сайті можна умовно поділити на статичну та поновлювану (стрічка новин).

Енциклопедичність вимагає, щоб на сайті була розміщена повна та всеохоплююча інформація за всіма аспектами політики держави чи організації на міжнародній арені. Це передбачає також наявність електронних архівів.

Під візуальною привабливістю розуміється, насамперед, гіпертекстуальність тексту, що має багато посилань на аудіо- та відеоматеріали, що ефектно доповнюють текстову інформацію, та ілюстративність за допомогою фотоматеріалів. Важливу роль також відіграє дизайн сайту, перш за все, фон та кольорові рішення головної веб-сторінки. Відомо, що колір впливає на психоемоційне сприйняття інформації людиною. Так, на сайтах МЗС Франції, Німеччини, України та Держдепартаменту США превалюють білий та синій кольори, які за дослідженням Ф. Адамса и Ч. Осгуда, максимально позитивно впливають на оцінку поданої інформації [7, р. 148,151]. Помітну роль відіграє також фонове зображення на сайті зовнішньополітичного відомства. Так, на сайті МЗС України фоновим зображенням є будова міністерства на Михайлівській площі як символ української зовнішньої політики. Крім того, атрактивну функцію виконує яскравість фону. Ідентифікуюче значення має розміщення на головній сторінці сайту емблеми відомства (як правило, з державним гербом країни) або міжнародної організації. З метою додаткового впливу на адресата інформації бажано використання салогану, який має коротко виразити місію відомства/організації (основну ідею або цільовий принцип функціонування). Так, на сайті Держдепартаменту США міститься салоган «Diplomacy in action», що підкреслює відкритість, чутливість та активність американської дипломатії. Розміщені на сайті зовнішньополітичного відомства чи організації тексти для найбільшого впливу на аудиторію мають відповідати пропагандистському принципу простоти. Вони мають бути доступними для читання, щоб інформація легко сприймалася адресатом.

Важливу роль у сприйнятті та структуруванні інформації відіграє шрифт. Тут має значення колір, контрастність, розмір та стиль шрифту. Для того, щоб виділити більш значущі розділи їх назви можуть бути виконані крупним чи шрифтом яскравого кольору.

Пропагандистський принцип простоти реалізується також через малоформатний різновид тексту, тобто через відання переваги такій формі повідомлення як замітка, що присвячується актуальним новинам міжнародного життя. Для замітки на сайті властива гіпертекстовість та інформаційна стислість. Як правило, замітки розміщуються у вигляді стрічки новин та спеціальних вікон центральних новин. У користувача є можливість ознайомитися з новинами бігло за передтекстовою інформацією замітки чи повністю, кликнувши на гіперпосилання, що містить її назва. Віднесення інформації до центральних подій та послідовність її розміщення на сайті є реалізацію комунікативної технології, що отримала назву праймінгу. Її сутність полягає у віднесенні певних подій до центральних, а інших — до другорядних, тим самим формуючи відповідне сприйняття в аудиторії смислової структури реальності. Використання на сайті ілюстративного матеріалу у вигляді світлин з місця подій створює психологічний ефект наближення до адресату, ефективно занурюючи його в пропагандистську реальність інтерпретації міжнародної реальності. У цьому сенсі, образи мають більшу силу в процесі переконання реципієнта інформації, ніж логічна аргументація, до якої можна критично поставитися. Образи певним чином міфологізують реальний стан справ, заміщуючи прагматичну логіку взаємодії суб'єктів міжнародних відносин антропологічним виміром дипломатичного спілкування лідерів держав та міжнародних організацій.

Значущим моментом впливу текстової інформації сайту має мистецтво формулювання заголовку. З одного боку він має бути чітким та ясным, з іншого — викликати цікавість, але при цьому не допускати цілеспрямованої гри слів провокативного характеру.

Принцип доцільної структурованості передбачає таке викладення інформації, при якому увага користувача концентрується на певних цільових настановах. Разом з тим, потенційна аудиторія є активним отримувачем інформації, тому сайт має надати можливість обрати у рамках цільових настанов конкретні блоки міжнародного життя (військове врегулювання, гуманітарні зв'язки, правові відносини, економічне співробітництво), що є цікавими для адресата. Функціональність сайту передбачає наявність карти сайту, поділ сайту на розділи за напрямками інтересів цільових груп, посилавна цілісність сайту, наявність контекстного пошуку по всієї текстовій інформації.

Значний потенціал має здійснення електронної дипломатії в соціальних мережах. Як відомо, ідея соціальних мереж з'явилась ще наприкінці 1890-х рр. у працях Е. Дюргайма та Ф. Тьоніса, у подальшому розвивалася Г. Зіммеlem, Дж. Морено, Ч. Тіллі, С. Мілграмом та іншими. Соціальна мережа є соціальною структурою, що складається із низки суб'єктів (індивідуальних та організаційних), сукупності динамічних зв'язків, та будь-яких соціальних взаємодій між суб'єктами. З розвитком інтернету соціальною мережею стали іменуватися інтернет-ресурси, що надають такі можливості користувачам як: створення індивідуальних профілів (з ім'ям, інтересами, родинним та професійним статусом), взаємодії користувачів через взаємний перегляд профілів, обмін коментарями, досягнення спільної мети через кооперацію (пошук друзів, ведення блогу, допомога в здійсненні професійної чи протесаної діяльності), обміну інформаційними ресурсами, задоволення потреб у пізнанні нового, емоційній підтримці, спілкуванні, формуванні виваженої та критичної позиції на поточні події. Ці можливості роблять соціальні мережі могутнім чинником реалізації абсолютної більшості завдань електронної дипломатії, насамперед, взаємодію державних службовців та дипломатів з громадянами своєї та інших держав з метою реалізації пропагандистських завдань, орієнтованих на укріплення та розширення влади, аналіз та прогнозування реакції споживачів інформації на прийняті та заплановані політичні рішення. На відміну від комунікації за допомогою веб-сайту, комунікація через соціальні мережі має істотну перевагу, яка полягає в наявності зворотного зв'язку. Ця перевага активно використовується в дипломатичній діяльності завдяки соціальним мережам. Сьогодні майже кожен сайт дипломатичного відомства чи міжнародної організації забезпечений гіпертекстовими посиланням на офіційні акаунти в різних соціальних мережах. Як правило, в якості комунікативних майданчиків такої дипломатії обираються найбільш популярні ресурси Facebook, Twitter, YouTube, що є найбільш популярними серед соціально та політично активних громадян усього світу. Така популярність обумовлена тим, що ці інтернет-платформи найбільш адаптовані для використання їх як блогів — мережевих щоденників, які дозволяють розміщувати текстову інформацію, зображення та відеоматеріали. Певна категорія блоггерів сьогодні використовує YouTube як щоденник, значна частина користувачів інтернету досі віддає перевагу поєднанню текстової інформації з фото- та відеоматеріалами. Безсумнівною перевагою соціальних мереж є те, що за їх допомогою дипломатичні відомства та окремі чиновники та дипломати можуть надавати інформацію в режимі реального часу.

Використання Facebook та Twitter як інструментів електронної дипломатії вже стало настільки звичним, що широко використовуються такі терміни як фейсбук-дипломатія, твіпломатія для позначення функціонування електронної дипломатії в соціальних мережах. Крім того, можна зустріти і використання терміну YouTube-дипломатія [8]. Якщо YouTube орієнтований на вплив виключно через відеоматеріали, то Facebook та Twitter можна сприймати як класичні блоги, останній з яких внаслідок обмежень для повідомлень 140 символами уявляє собою мікроблог, тобто інтернет-журнал з короткими замітками, до яких можна прикріплювати мультимедійні додатки.

Велику роль у реалізації завдань електронної дипломатії відіграють пропагандистські стратегії. Як і будь-яка стратегія, пропагандистська стратегія електронної дипломатії орієнтована на реалізацію певної мети. Пропагандистська стратегія електронної дипломатії є механізмом аргументованого обґрунтування зовнішньої політики та діяльності держави через використання комунікативних можливостей таких інтернет-інструментів як веб-сайти та соціальні мережі, серед яких вже згадані нами Facebook та Twitter. Мета пропагандистської стратегії може вважатися досягнутою не лише, коли реципієнт починає діяти в інтересах адресанта, але й коли просто починає певним чином реагувати на теми та осіб, що згадуються в повідомленні, чи приділяє увагу повідомленням від певного джерела інформації. Справа в тому, що певне розподілення уваги споживача структурує його сприйняття реальності за принципом значуще (гідне уваги) — незначуще (не гідне уваги).

Пропагандистські стратегії в рамках електронної дипломатії можна умовно поділити на інформаційні, оціночні та аргументативні. Інформаційна пропагандистська стратегія реалізується через: 1) відбір певної інформації; 2) конкретизація деякої інформації; 3) обмеження інформації; 4) замовчування фактів (різні форми стратегій умовчання) чи їх ігнорування; 5) спотворення інформації; 6) пристосування інформації під особливості сприйняття цільової аудиторії. На веб-сайті зовнішньополітичного відомства чи організації інформаційна пропагандистська стратегія технічно реалізується через систему та розташування гіперпосилань на додаткову, конкретизуючу інформацію, а також фото- та відеоматеріали. А також через відсутність необхідних гіперпосилань, якщо реалізується стратегія умовчання, що є специфічним для традиційної дипломатії з її схильністю до таємності.

Інформаційна пропагандистська стратегія електронної дипломатії через спотворення інформації в основному ґрунтується на методі неперевіреної версії, що полягає у повідомленні аудиторії інформації про подію чи факт без перевірки її автентичності.

Упор робиться на механізм первинного сприйняття інформації, що значно утруднює зміну первісно сформованої думки попри спростування неправдивого повідомлення.

Активно інформаційну пропагандистську стратегію електронної дипломатії через спотворення інформації використовує міністерство закордонних справ Росії, як правило, з посиленням на виступ голови МЗС Росії чи його офіційного представника. Зазначимо, що ця стратегія посилюється завдяки паралельній подачі інформації через офіційні мас-медіа Росії.

Одним із важливих інструментів реалізації інформаційної пропагандистської стратегії електронної дипломатії є пристосування інформації під особливості сприйняття цільової аудиторії. Варіацією застосування цього інструменту є розширення мовного діапазону повідомлень, що транслюються для світової аудиторії. Так, на офіційному сайті ООН всі матеріали публікуються шістьма мовами (арабською, китайською, англійською, французькою, російською та іспанською). Крім того, шістьма мовами інформація ООН розміщується й у соціальних мережах. На сайті МЗС України всі повідомлення транслюються двома мовами (українською та англійською) виходячи з того, що англійська є універсальним інструментом комунікації за доби глобалізації, а українська є державною. Хоча було б набагато кращим, з точки зору вимог ефективності електронної дипломатії, перевести сайт МЗС України на стандарти багатомовності ООН.

Оціночна пропагандистська стратегія електронної дипломатії реалізується через засоби дифамації, що включають несхвалення, зневагу, осуд, напад, та засоби позитивної репрезентації.

Технологія дифамації або поширення компрометуючих чи дискредитуючих відомостей є однією з дієвих у політичній пропагандистській боротьбі, особливо на світовій арені. Одним із варіацій цієї технології є інформування про політичних лідерів чи інститути інших держав через апеляцію до негативних цінностей (антицінностей) шляхом використання відповідних метафор, алюзій, термінів, навантажених оцінкою з позицій демократичних цінностей відкритого суспільства. Так, звинувачення в корупції чи порушенні прав людини є одним із спо-

собів застосування технології дифамації за допомогою ціннісно навантажених слів-образів, які викликають негативну реакцію світової громадськості. Іронічні оцінки, навішування ярликів, створення образу ворога — також є дієвими засобами дискредитації політичної лінії ворожих держав та їх лідерів.

Технологія позитивної репрезентації здійснюється через демонстрацію співчуття, використання термінів з позитивною конотацією щодо союзників. Демонструючи позитивне ставлення до політики чи лідерів іншої держави, суб'єкт електронної дипломатії одночасно вирішує завдання власної позитивної саморепрезентації. Достатньо розповсюдженою є практика висловлювань співчуттів главам держав чи нації в цілому в зв'язку з різного роду терактами та катастрофами, внаслідок яких загинули мирні жителі.

Аргументативні пропагандистські стратегії електронної дипломатії побудовані на цитуванні, свідченнях очевидців, посиланнях на джерела інформації, візуальних доказах у вигляді відео- та фотоматеріалів, виборі яскравих метафор, епітетів, образів, апеляцій до позитивних цінностей. Вагомими складовими реалізації аргументативної пропагандистської стратегії електронної дипломатії є апеляція до авторитету, спростування чи підтвердження факту через звернення до прикладів, ілюстрацій та відеоматеріалів. Важливим прикладом реалізації аргументативної пропагандистської стратегії були публікації матеріалів розслідування Голландської прокуратури катастрофи рейсу MH17 в соціальних мережах.

4. Висновки

Електронну дипломатію можна розуміти як в широкому так й у вузькому значенні. У широкому значенні, це використання будь-яких можливостей інформаційно-комунікаційних технологій і, насамперед інтернет-простору, в організації виконання дипломатичних функцій. У вузькому значенні, це технологія реалізації дипломатичних завдань, що пов'язані з конститування та розподіленням владних відносин у міжнародній політиці. Електронна дипломатія — це могутній інструмент регулювання міжнародних відносин завдяки технологічному потенціалу «м'якої влади», насамперед, завдяки її можливостям притягати увагу, спокушати та підтримувати позитивні відносини у найбільш зручний спосіб та звичному середовищі соціальних мереж.

Електронна дипломатія просуває зовнішньополітичні інтереси через інтернет-телебачення, соціальні мережі, мобільні телефони і спрямована на масову аудиторію та політичні еліти. Електронна дипломатія зараз використовується значною частиною держав світу.

Факторами популярності застосування електронної дипломатії є: 1) публічність; 2) комунікативність; 3) наявність технічних засобів, що обумовлюють публічний контакт з необмеженим колом споживачів інформації; 4) швидке та легке створення контенту; 5) миттєве і одночасне редагування повідомлень; 6) спільна робота над будь-яким текстом або проектом; 7) постійне спілкування дипломатів та вищих державних осіб з масовою аудиторією; 8) зберігання великих обсягів інформації безпосередньо в мережі; 9) легкість передачі аудіовізуальних даних; 10) можливість оприлюднення будь-якої інформації в мережі.

Ефективність та результативність електронної дипломатії залежить від зваженості, креативності та ефективності засобів, що використовуються для реалізації її завдань. Значне місце в ефективності засобів електронної дипломатії посідає їх привабливість як основа «м'якої сили», що складає їх дієвість.

Велику роль у реалізації завдань електронної дипломатії відіграють пропагандистські стратегії. Пропагандистська стратегія електронної дипломатії є механізмом аргументованого обґрунтування зовнішньої політики та діяльності держави через використання комунікативних можливостей таких інтернет-інструментів як веб-сайти та соціальні мережі, серед яких особливого значення мають Facebook та Twitter, оскільки охоплюють аудиторію всього світу. Пропагандистські стратегії в рамках електронної дипломатії поділяються на інформаційні, оціночні та аргументативні.

5. References:

1. Nye, J.S. (2008), *The powers to lead*, Oxford University Press, New York, 226 p.
2. Melissen, J. (2005), «The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice», in Melissen, J. (Ed.), *The new public diplomacy: soft power in international relations*, Palgrave Macmillan, New York, pp. 3–27.
3. Solomon, R. (1997) «The Information Revolution and International Conflict Management» in *Keynote Addresses from the Virtual Diplomacy conference (United States Institute of Peace)*, *Peaceworks* No. 18, p. 1–2.
4. Hanson, F. (2012) «Revolution@State: The Spread of Ediplomacy», available at: <https://www.lowyinstitute.org/publications/revolutionstate-spread-ediplomacy> (accessed 18 September 2017).
5. Holmes, M. (2015) «Digital diplomacy and international change management» in C.Bjola (Ed.), *Digital diplomacy: theory and practice*, Routledge, London—New York, pp. 13–32.
6. Singh, J. P. (2015) «The power of diplomacy: new meanings, and the methods for understanding digital diplomacy» in C.Bjola (Ed.), *Digital diplomacy: theory and practice*, Routledge, London—New York, pp. 181–198.
7. Adams, F.M. & Osgood Ch. E. (1973) «A Cross-Cultural Study of the Affective Meanings of Color», *Journal of Cross-Cultural Psychology*, vol. 4, issue 2, pp. 135–156.
8. Devichand, M. (2015), «YouTube diplomacy and the Ukraine crisis», available at: <http://www.bbc.com/news/blogs-trending-31649639> (accessed 18 September 2017).