

УДК 94:330.34(430)

DOI <https://doi.org/10.32782/apfs.v040.2023.31>**В. В. Марчук**ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3992-8530>

доктор історичних наук,

професор кафедри політичних інститутів та процесів

Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника

**С. М. Дерев'яно**ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3848-7072>

доктор політичних наук,

професор кафедри політичних інститутів та процесів

Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника

**ЦИФРОВА ДИПЛОМАТІЯ УКРАЇНИ В КУВЕЙТІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПРІОРИТЕТИ**

**Постановка проблеми.** Глобалізація вплинула та пришвидшила розвиток сучасної економіки та різноманітних процесів. Проте, структура дипломатії залишилася здебільшого незмінною. Дипломати та керівники держав особисто зустрічаються зі своїми союзниками та ворогами, долаючи великі відстані між державами, як це було кілька століть тому. Онлайн комунікація та відеоконференції змінили соціальну інтеракцію останніми роками, тому постає питання, чи необхідні дипломатичні візити, підписання договорів при особистих зустрічах, чи достатнім буде спілкування за допомогою цифрових засобів?

**Аналіз останніх досліджень із окресленої теми.** Обґрунтуванням аспектів публічної дипломатії займалися J. Melissen, J. Nye, J. Pamment, I. Roberts; цифрової дипломатії – O. Adesina, C. Bjola, L. Jiang, M. Holmes, K. Lozey, A. Murray, I. Manor, A. Ross, S. Sotiriu, B. Verrekia; впливу нових медіа на розвиток міжнародних відносин і дипломатії – C. Archetti, L. Dang-Xuan, S. Stieglitz, J. Wladarsch, C. Neuberger, E. Lee, S. Oh, S. Su, M. Xu. Полі публічної дипломатії у розвитку цифрової дипломатії присвячено праці O. Середи (Кувейт), K. Mazrouei (OAE), N. Strauß, S. Kruikemeier, H. Meulen, G. Noort (держави Арабської Затоки).

**Мета статті** полягає в дослідженні проблем та пріоритетів цифрової дипломатії України в Кувейті.

Відповідно до мети було окреслено таке коло завдань: 1) визначити особливості цифрової дипломатії та її взаємозв'язок з публічною дипломатією; 2) окреслити проблеми цифрової дипломатії України в Кувейті та шляхи їх вирішення; 3) визначити пріоритети цифрової дипломатії України в Кувейті.

**Методи дослідження.** Методи порівняльного аналізу, контент-аналізу та узагальнення використовувалися з метою визначення особливостей проблем та пріоритетів цифрової дипломатії України в Кувейті.

**Особливості цифрової дипломатії.** Публічну дипломатію або «м'яку силу» (soft power) дослідники пов'язують з інструментарієм, який використовують держави з метою зрозуміти культуру, ставлення та поведінку; будувати та управляти відносинами; впливати на думки та мобілізувати дії для просування своїх інтересів та цінностей [15, с. 436]. Крім того, десятиліття тому з'явився новий концепт «розумна сила» (smart power), який позначає здатність комбінувати ресурси «жорсткої сили» (hard power) з ресурсами «м'якої сили» з метою застосування ефективних стратегій у різних контекстах [16, с. 565]. Саме «м'яка» та «розумна» сили, а також інші нетрадиційні форми публічної дипломатії стали основою для створення цифрової дипломатії [22, с. 36].

У Стратегії публічної дипломатії МЗС України на 2021–2025 рр. серед основних напрямів публічної дипломатії України виокремлено цифрову дипломатію [4, с. 11-15].

Цифрова дипломатія може інтерпретуватися по-різному науковцями, самими дипломатами та журналістами. Використовуються навіть різні терміни, які є взаємозамінними: «digital diplomacy», «e-diplomacy», «net-diplomacy», «tech-diplomacy», «virtual diplomacy», «cyber-diplomacy», «Twiplomacy» та «Zoom-diplomacy». Наприклад, «cyber» зазвичай використовуються у контексті питань безпеки, «e» – щодо питань бізнесу, «Twi» – якщо посилаються на статті у Twitter, «Zoom» – коли використовуються засоби відеоконференцій тощо [9, 2021].

Хоча дипломати і працюють з громадськістю держави перебування, вони часто відокремлюються від неї, наприклад, парканом навколо своїх посольств, що унеможливає суспільний доступ. А цифрова дипломатія дозволяє через соціальні мережі та Інтернет інформувати та отримувати запити від громадськості [25, с. 17].

Коли суспільство отримало доступ до інформації завдяки розвитку Інтернету, інформацій-

но-комунікаційних технологій, різноманітних застосунків і соціальних медіа, зросла кількість стейкхолдерів, які беруть участь у публічній дипломатії. Змінилося сприйняття роботи дипломатів, які вже не комунікують лише з певними верстами суспільства, а також до цього процесу залучені усі громадяни. Дипломати почали дослухатися до ідей громадян і намагаються формувати їхню думку, у той же час розуміючи, що це певною мірою впливатиме на урядову політику держави перебування [22, с. 37].

Однією з особливостей публічної дипломатії є здатність сприяти двосторонній комунікації. А завдяки розвитку соціальних медіа (Twitter, Facebook, Instagram) дипломати та урядові особи можуть спілкуватися з аудиторією, а громадяни можуть впливати на державні органи, як це неможливо було робити раніше [20, с. 452].

Соціальні медіа дозволяють дипломатам і світовим лідерам розширювати дипломатичні мережі та будувати стратегічні відносини. Дипломати вже не володіють монополією на інформацію, оскільки цифровізація призвела до того, що величезний масив даних можна легко знайти онлайн [12]. З розвитком цифрової дипломатії роль самих дипломатів поступово змінюється. Якщо раніше інформація, яку вони надавали, коли поверталися з відрядження, вважалася новою та цінною, то сьогодні вже інші пріоритети. Вони конкурують з журналістами та звичайними громадянами, які можуть легко повідомити через соціальні медіа, що відбулося [25, с. 26].

Одним з основних викликів цифрової дипломатії є кібербезпека через можливість витоку інформації, особистих персональних даних і облікових записів користувачів [5]. Випадки з Wikileaks та справа Сноудена розгорнули дебати серед громадськості та науковців про роль відкритості та таємності у дипломатії [10, с. 205].

**«Twiplomacy» як новий вид публічної дипломатії.** Цифровізація створила новий вид публічної дипломатії як «Twiplomacy». Участь у ній передбачає, що держави, уряди, неурядові організації або громадяни комунікують на Інтернет платформах (наприклад, Twitter) з метою формувати свій імідж, поширюючи дипломатичні новини та інформацію, висловлюючи думки та емоції, тим самим розвиваючи дипломатію та міжнародні відносини між державами [24].

Сьогодні використовуються такі стратегії дипломатичної дипломатії: інтерактивна комунікація, персоналізована комунікація, використання сентименту, релевантна інформація, прозора комунікація, нетворкінг [23, с. 370-372].

Використання інтерактивного стилю комунікації у Twitter сприяє залученості стейкхолдерів і має позитивний вплив на якість відносин між організаціями та громадськістю [21]. Персона-

лізація, яка визначається як зосередження на аспектах особистості, а не організаціях або сторонах комунікації, підвищує сприйняття меседжів політиків. При цьому легше побудувати когнітивний зв'язок з контентом, оскільки реципієнти роблять аналогії зі своїм власним досвідом [11]. Сентимент використовується, коли громадськість не може висловлювати свої думки, оцінки, ставлення та емоції. Не зважаючи на користь позитивного сентименту, негативні дописи збирають більше реакцій та коментарів [8]. Інформація є релевантною, якщо вона посиляється на зовнішні ресурси (новини, відео, прес-релізи тощо). Крім того, посольства теж надають релевантну інформацію, коли вони адресують різним стейкхолдерам відповідний контент, висвітлюючи політичні, економічні, культурні та освітні теми у своїх «твітах» [23]. Цифрова дипломатія сприяє прозорості [7, с. 72]. Створюючи персоналізовані дописи про діяльність дипломатичної установи або державного органу, суспільство відчуває себе залученим у важливих справах. Нетворкінг полягає у тому, що громадськість і різні організації пов'язані онлайн з лідерами думок. Можливість підписникам робити дописи, коментарі або відправляти приватні повідомлення сприяє нетворкінгу [23, с. 372].

Дослідники цифрової дипломатії країн Затоки виокремлюють такі теми, які висвітлюються у соціальних медіа посольствами Західних країн: енергетика, транспорт, тероризм, війна України та Росії, освіта [23, с. 374]. Facebook широко використовується бізнесом з метою маркетингу та просування продуктів, у той же час Twitter є платформою для політичного впливу [14, с. 121].

З метою зміцнення позицій України в міжнародному інформаційному просторі та просування її різностороннього потенціалу за кордоном Посольство України в Державі Кувейт зосереджувалося на висвітленні трьох основних напрямів засобами цифрової дипломатії: культура, освіта та спорт [3, с. 145].

За останній рік ЗМІ Кувейту щодня публікують десятки новин про події в Україні. Здебільшого такі публікації є об'єктивними, оскільки використовуються ресурси «Reuters», «BBC», «AFP», інтерв'ю та коментарі дипломатів Посольства України [1, с. 331]. Ключовою темою дописів Посольства України в Державі Кувейт є війна в Україні, агресія Російської Федерації, допомога зброєю та гуманітарна допомога Україні, а також інформація про культурні заходи. Проте, у 2021 році більшість дописів були спрямовані на залучення інвестицій у бізнес сектор в Україні та зображення подій культурної дипломатії.

**Віртуальні посольства як пріоритет розвитку цифрової дипломатії.** З початку 2000-х років цифровізація призвела до створення віртуальних

посольств, першим з яких став «Second House» Швеції у віртуальному світі «Second Life». Метою його було посилення двосторонніх зв'язків з іншими державами та надання відвідувачам консульських послуг. Це була свого роду культурна інституція, яка повинна була зміцнювати національний бренд Швеції через культуру та мистецтво [17, 2013].

У грудні 2011 року Державний департамент США відкрили віртуальне посольство в Ірані – онлайн платформу, яка мала на меті сприяти інтеракції між американськими дипломатами та громадянами Ірану, оскільки США не мали дипломатичної присутності в Ірані з 1979 року. Віртуальне посольство надавало іранцям інформацію про подорожі до США, оформлення віз та можливості навчання в американських університетах [13, с. 224-225].

21 липня 2013 року Міністерство закордонних справ Ізраїлю створило своє перше віртуальне посольство у формі аккаунту в Twitter під назвою «Israel in the GCC» («Ізраїль у державах Арабської Затоки») з метою сприяння відносин між ізраїльськими дипломатами та громадянами шести держав Затоки, які офіційно не визнавали Ізраїль (Бахрейн, Кувейт, Оман, Саудівська Аравія, ОАЕ та Катар). Усі ці держави поєднує спільний стратегічний інтерес: запобігти, щоб Іран не отримав ядерну зброю. Місією посольства було сприяти діалогові між арабськими та мусульманськими користувачами Twitter щодо питань бізнесу, науки, політики та громадянського суспільства [18]. Посольство поширювало повідомлення лідерів Ізраїлю, запрошувало підписників брати участь у сесіях «Питання-відповіді» до ізраїльських високопосадовців. Проте, інформація щодо консульських питань та навчання не надавалася. Загалом, діяльність віртуального посольства дозволила ізраїльським дипломатам розвивати відносини з користувачами Twitter, які проживають у державах Затоки, а також впливати на політику урядів цих держав [13, с. 228].

І вже у 2021 р. ОАЕ та Ізраїль відкрили «офіційні» посольства. Це дозволило представникам Ізраїлю офіційно взяти участь у Всесвітній виставці ЕКСПО-2020, яка проходила у 2021–2022 рр. у Дубаї (ОАЕ).

Як відомо, кількість дипломатичного персоналу Посольства України в Державі Кувейт та Посольства Російської Федерації у Кувейті кардинально відрізняється. В українській ембасаді наразі працюють 3 дипломати, в російській – 11. Тому важливою перспективою могло бути створення віртуального посольства, щоб збільшити присутність українських дипломатів у Кувейті зокрема та країнах Затоки загалом.

**«Селфі-дипломатія» та присутність дипломатів у соціальних медіа.** Цифровізація публічної

дипломатії надає дипломатам нові засоби створення та просування національного іміджу та репутації своєї країни. Соціальні медіа допомагають модерувати автопортрет («селфі») країни, демонструючи досягнення, культуру та норми. Дипломати та лідери держав можуть використовувати такі «селфі», коментуючи щоденні події, свята, вірусні Інтернет-меми та навіть геополітичні кризи [13, с. 258].

Наприклад, дописи у соціальних медіа 2017–2018 рр. зображували Дональда Трампа як «Великого переговорника» – глобального дипломатичного посередника у спробах США розв'язати конфлікт між Катаром та іншими державами Затоки; зменшити напругу між Росією та Україною; посилити дипломатичне посередництво між урядами Ізраїлю та Палестини; домогтися припинення вогню у Сирії; припинити бойові дії у Південному Судані. Протягом липня 2017 року, посилення дипломатичної активності США сприяли дописи про те, що Держсекретар США Рекс Тіллерсон провів шість зустрічей з лідерами країн Затоки для вирішення конфлікту з Катаром, а також низку зустрічей з українськими посадовими особами, де він пообіцяв про підтримку США щодо територіальної цілісності України та закликав уряд України продовжувати впроваджувати реформи з метою зміцнення економічної, політичної та військової стійкості України. Загалом 35% дописів Державного департаменту США протягом одного місяця стосувалися дипломатичному посередництву [7].

З початку повномасштабного вторгнення 24 лютого 2022 року дипломати Посольства України в Державі Кувейт щоденно надають коментарі та інтерв'ю щодо подій, які відбуваються в Україні різним арабським ЗМІ. Крім того, дипломати Посольства транслюють свої інтерв'ю арабською мовою на своїх персональних сторінках у Twitter, Facebook, Instagram і навіть TikTok, що сприяє поширенню правдивої інформації про війну на території України. Крім соціальних мереж, дипломати користуються і такими інструментами: медіа-марафони, спецпроекти зі ЗМІ, цифрові освітні та культурно-мистецькі майданчики тощо [2, с. 86].

Метою комунікації дипломатів є подолання байдужості та відчуженості від збройного конфлікту в Україні в кувейтському суспільстві. Серед основних тез, які просуваються, є: аналогії з війною за незалежність Кувейту; збитки, які Україна зазнає внаслідок повномасштабного вторгнення Росії та окупації деяких територій; демонстрація прикладів нищення українського народу, зокрема мусульман; засудження дій та ідеології Росії [1, с. 335-336].

**Діджиталізація послів.** Технологічний процес протягом усієї історії впливав і на роль послів.

До XIX століття послы були і «надзвичайними», і «повноважними», що передбачало ведення переговорів і навіть підписання договорів від імені монархів. Послам були надані повноваження ухвалювати рішення та вчиняти дії від імені своєї держави [19]. Причиною цього було те, що листи відправлялися кінями або морем, що могло тривати кілька днів або тижнів, щоб досягти місця призначення. З винайденням телеграфу уряди держав могли управляти державними справами зі столиці. Деталі договорів або переговорів відправлялися до столиці телеграфом, а звіди надсилалася відповідь послу [19, с. 289]. Протягом XX століття з розвитком інформаційно-комунікаційних технологій світові лідери могли регулярно спілкуватися за допомогою телефону, а тому значно зменшилась роль послів як посередників.

Цифровізація публічної дипломатії призвела до повернення повноважень до посольства та посла, зокрема. Цифрові технології посилюють можливість посольства комунікувати з іноземними громадянами, створювати відносини з ключовою аудиторією та елітами, а також управляти національним іміджем [6, с. 205]. Повернення повноважень пов'язано з спроможністю посольств і послів збирати цінну інформацію онлайн [13, с. 292].

Послы використовують цифровий інструментарій для досягнення цілей публічної дипломатії. Створюючи цифрову присутність, послы можуть спілкуватися з громадянами держави перебування, зміцнювати імідж своєї держави, впливати на імідж держави іноземних громадян та створювати цифрові зв'язки з лідерами громадської думки (журналістами, селебріті та блогерами). Крім того, послы можуть інтерпретувати події у світі для своїх підписників, пояснювати, як локальні та глобальні процеси впливають один на одного, а також говорити про дії глобальних акторів [7].

Наприклад, Посол України у Державі Кувейт пан Олександр Балануца активно веде особисті сторінки у соціальних медіа Facebook, Twitter та Instagram, де він показує правдиву інформацію про те, що відбувається в Україні, про війну Російської Федерації проти України, бойові дії, записи експертів та навіть меми про війну. Не зважаючи на те, що сторінки були кілька разів заблоковані на короткий період часу через скарги російських ботів та прихильників ворожої пропаганди, він все одно продовжує просувати національний імідж та політику України.

На противагу, присутність послів держав Затоки в Україні у соціальних медіа не є видимою. Це можна пояснити тим, що Україна для них не представляє вагомий економічний інтерес.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** З розвитком діджиталізації роль дипломатів змінюється. Вони вже не мають монопольне

право на інформацію, оскільки її легко знайти онлайн, натомість стають ближчими до суспільства держави перебування, спілкуючись з ним через соціальні медіа, намагаючись формувати його думку, тим самим впливаючи на урядову політику держави перебування.

Цифрова дипломатія або «*digital diplomacy*», «*e-diplomacy*», «*net-diplomacy*», «*tech-diplomacy*», «*virtual diplomacy*», «*cyber-diplomacy*», «*Twiplomacy*» та «*Zoom-diplomacy*» як вид публічної дипломатії межує між «м'якою силою» (soft power), «розумною силою» (smart power) та іншими нетрадиційними формами публічної дипломатії.

Проблема нестачі дипломатів у Посольствах України в державах Арабської Затоки через брак фінансування та війну в Україні може бути частково вирішена створенням віртуальних посольств у державах Затоки з метою збільшення присутності українських дипломатів і реагування на запити громадськості.

«Селфі-дипломатія» або присутність українських дипломатів у соціальних медіа та ЗМІ Кувейту відіграє величезну роль у подоланні байдужості та відчуженості громадськості та лідерів думок Кувейту у питаннях війни Росії проти України. Трансляція інтерв'ю арабським ЗМІ дублюється на особистих сторінках дипломатів Посольства України у Twitter, Facebook, Instagram і TikTok.

Посол теж відіграє ключову роль в інтеракції з елітами та громадськістю. Присутність Посла України в Державі Кувейт у соціальних медіа дозволяє зміцнювати імідж України, інтерпретувати події в Україні та світі, а також впливати на кувейтське суспільство.

Перспективами подальших досліджень є аналіз проблем і пріоритетів цифрової дипломатії в інших державах Арабської Затоки.

### Література

1. Сегада О. Висвітлення національно-визвольної війни України в Кувейтських ЗМІ. *Вісник Львівського університету: Філософсько-політологічні студії*, Львів: Видавничий дім «Гельветика». 2022. Вип. 42. С. 328–337.
2. Сегада О., Смолянюк В. Сучасні процеси цифровізації в дипломатичній службі України та Кувейту. *Історико-політичні проблеми сучасного світу: Збірник наукових статей*, Чернівці: Чернівецький національний університет. 2020. Т.42. С. 77–88.
3. Сегада О. О. Цифрова дипломатія України як елемент нової публічної дипломатії. *Політикус: Науковий журнал*, Одеса: Вид. дім «Гельветика». 2020. Вип.3. С. 139–147.
4. *Стратегія публічної дипломатії Міністерства закордонних справ України 2021–2025.* / Упорядники: Дмитро Кулеба та ін. К.: Міністерство закордонних справ України. 2021. URL: <https://mfa.gov.ua/storage/app/sites/1/%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0>

D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%97/public-diplomacy-strategy.pdf (дата звернення: 15.02.2023).

5. Adesina, Olubukola S. Foreign Policy in an Era of Digital Diplomacy in *Cogent Social Sciences*. 2017. Vol. 3. Iss.1. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23311886.2017.1297175?scroll=top&needAccess=true&role=tab> (accessed on 17.02.2023).

6. Archetti C. The Impact of New Media on Diplomatic Practice: An Evolutionary Model of Change in *The Hague Journal of Diplomacy*. 2012. Vol.7(2). P.181-206.

7. Bjola C., Jiang L. Social Media and Public Diplomacy: A Comparative Analysis of the Digital Diplomatic Strategies of the EU, US and Japan in China. / C. Bjola, L. Jiang // *Digital Diplomacy: Theory and Practice*. New York: Routledge. 2015. С. 71-88.

8. Dang-Xuan L., Stieglitz S., Wladarsch J., Neuberger C. An Investigation of Influentials and the Role of Sentiment in Political Communication on Twitter During Election Periods in *Information, Communication & Society*. London: Routledge. 2013. Vo. 16(5). P. 795-825.

9. Holmes M. Conclusion: The Future of Digital Diplomacy / M. Holmes // *Digital Diplomacy: Theory and Practice*, New York: Routledge, 2015. С. 199-206.

10. Lee Eun-Ju, Oh Soo Youn. To Personalize or Depersonalize? When and How Politicians' Personalized Tweets Affect the Public's in *Journal of Communication*. 2012. Vol.62(6). P. 932-949.

11. Lozev, Kamen & Murray. The Digital Diplomacy Potential in *KMWorld*. 2013. URL: <https://www.kmworld.com/Articles/Columns/The-Future-of-the-Future/The-digital-diplomacy-potential-89771.aspx> (accessed on 16.02.2023).

12. Manor Ilan. *The Digitalization of Public Diplomacy*, Cham: Palgrave Macmillan. 2019.

13. Mazrouei, Khadiha Ali Mohammed Al. *The Role of Digital Diplomacy in UAE Foreign Policy: Strategies, Challenges and Opportunities*. – 2019. URL: [https://scholarworks.uaeu.ac.ae/cgi/viewcontent.cgi?article=1864&context=all\\_theses](https://scholarworks.uaeu.ac.ae/cgi/viewcontent.cgi?article=1864&context=all_theses) (accessed on 19.02.2023).

14. Melissen J. Public Diplomacy in *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*, Oxford: Oxford University Press. 2013. P. 436-452.

15. Nye Joseph S. Hard, Soft, and Smart Power in *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*, Oxford: Oxford University Press. 2013. P. 559-574.

16. Pamment J. *New Public Diplomacy in the 21<sup>st</sup> Century: A Comparative Study of Policy and Practice*, Abingdon: Routledge. 2013.

17. Ravid B. *Israel Opens a 'Virtual Embassy' to Gulf States*. 2013. URL: <https://www.haaretz.com/2013-07-21/ty-article/.premium/israel-opens-gulf-virtual-embassy/0000017f-e140-df7c-a5ff-e37a523a0000> (accessed on 18.02.2023).

18. Roberts I. *Satow's Diplomatic Practice*, Oxford: Oxford University Press. 2017.

19. Ross A. Digital Diplomacy and US Foreign Policy in *The Hague Journal of Diplomacy*. 2011. Vol. 6. P. 451-455.

20. Saffer Adam J., Sommerfeldt Erich J., Taylor Maureen. The Effects of Organizational Twitter Interactivity on Organization-Public Relationships in *Public Relations Review*. 2013. Vol. 39(3). P. 213-215.

22. Sotiriu S. Digital Diplomacy: Between Promises and Reality. *Digital Diplomacy: Theory and Practice*,

edited by Corneliu Bjola and Marcus Holmes, New York: Routledge. 2015. P. 33-51.

23. Strauß N, Kruikemeier S, Meulen H, Noort G. Digital Diplomacy in GCC Countries: Strategic Communication of Western Embassies on Twitter in *Government Information Quarterly*. 2015. Vol. 32. P. 369-379.

24. Su S, Xu M. Twitplomacy: Social Media as a New Platform for Development of Public Diplomacy in *International Journal of E-Politics*. 2015. Vol. 6(1). P. 16-29.

25. Verrekia Bridget S. Digital Diplomacy and Its Effect on International Relations in *Students Publications*. 2017. URL: [https://cupola.gettysburg.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1642&context=student\\_scholarship](https://cupola.gettysburg.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1642&context=student_scholarship) (accessed on 16.02.2023).

#### Анотація

**Марчук В. В., Дерев'янюк С. М.** Цифрова дипломатія України в Кувейті: проблеми та пріоритети. – Стаття.

Стаття присвячена дослідженню проблем і пріоритетів цифрової дипломатії України в Державі Кувейт. Розглянуто особливості та стратегії цифрової дипломатії як одного з напрямів публічної дипломатії. Досліджено вплив віртуальних посольств, «селфі-дипломатію» та присутність дипломатів у соціальних медіа, а також діджиталізацію послів і ведення ними особистих сторінок у Twitter, Facebook та Instagram з метою просування позитивного іміджу України, висвітлення війни Російської Федерації проти України, формування громадської думки та подолання байдужості у Кувейті. Крім того, окреслено проблеми цифрової дипломатії України в Кувейті та шляхи їх вирішення.

У статті акцентується увага на важливості забезпечення якості інформаційної безпеки та захисту даних, а також розвитку спеціалізованих цифрових інструментів для дипломатів. Описано проблеми з якими стикаються українські дипломати в Кувейті в електронному форматі, такі як відсутність узгоджених стандартів електронної взаємодії та відсутність кваліфікованих фахівців в галузі цифрової дипломатії. Розглядається також пріоритети розвитку цифрової дипломатії для України в Кувейті, зокрема розробку кваліфікованого кадрового резерву, підвищення кібербезпеки та впровадження цифрових інструментів у дипломатичній роботі.

Варто зазначити, що посол відіграє ключову роль в інтеракції з елітами та громадськістю. Присутність Посла України в Державі Кувейт у соціальних медіа дозволяє зміцнювати імідж України, інтерпретувати події в Україні та світі, а також впливати на кувейтське суспільство.

Проблема нестачі дипломатів у Посольствах України в державах Арабської Затоки через брак фінансування та війну в Україні може бути частково вирішена створенням віртуальних посольств у державах Затоки з метою збільшення присутності українських дипломатів і реагування на запити громадськості.

Перспективами подальших досліджень є аналіз проблем і пріоритетів цифрової дипломатії в інших державах Арабської Затоки.

**Ключові слова:** імідж держави, Кувейт, публічна дипломатія, цифрова дипломатія, Україна.

### Summary

**Marchuk V. V., Derevianko S. M. Ukraine's digital diplomacy in Kuwait: challenges and priorities.** – Article.

The article deals with the study of challenges and priorities of digital diplomacy of Ukraine in the State of Kuwait. The features and strategies of digital diplomacy as one of the directions of public diplomacy have been analyzed. The influence of virtual embassies, “selfie-diplomacy” and the presence of diplomats in social media, as well as the digitalization of ambassadors and their personal pages on Twitter, Facebook and Instagram to promote the positive image of Ukraine, highlight the war of the Russian Federation against Ukraine, shape public opinion, and overcome indifference in Kuwait. Furthermore, the challenges of Ukraine's digital diplomacy in Kuwait and ways to solve them have been outlined.

The article emphasizes the importance of ensuring information security and data protection, as well as the development of specialized digital tools for diplomats. It describes the challenges that Ukrainian diplomats face in

Kuwait in electronic format, such as the lack of agreed standards for electronic interaction and the absence of qualified experts in the field of digital diplomacy. The priorities for the development of digital diplomacy for Ukraine in Kuwait are also discussed, including the development of a qualified personnel reserve, increasing cybersecurity, and implementing digital tools in diplomatic work.

It should be noted that the ambassador plays a key role in interacting with elites and the public. The presence of the Ukrainian Ambassador in the State of Kuwait on social media allows for strengthening Ukraine's image, interpreting events in Ukraine and the world, and also influencing Kuwaiti society.

The problem of the lack of diplomats in Ukrainian Embassies in the Gulf States due to lack of funding and the war in Ukraine can be partially solved by creating virtual embassies in the Gulf states to increase the presence of Ukrainian diplomats and respond to public requests.

*Key words:* country image, digital diplomacy, Kuwait, public diplomacy, Ukraine.