

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
КАФЕДРА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН, ІНФОРМАЦІЇ ТА
РЕГІОНАЛЬНИХ СТУДІЙ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувачка випускової кафедри
_____ Ніна РЖЕВСЬКА
« ____ » _____ 2022 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА
СПЕЦІАЛЬНОСТІ 291 «МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ,
СУСПІЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ ТА РЕГІОНАЛЬНІ СТУДІЇ»
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ
«МІЖНАРОДНА ІНФОРМАЦІЯ»

**Тема: «СТРАТЕГІЯ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ МЗС УКРАЇНИ: ОСНОВНІ
НАПРЯМКИ ТА ЦІЛІ»**

Виконавець: здобувач вищої освіти 4 курсу, 409 Б групи, Лапчевський Артем
Олександрович

Керівник: д.політ.н., проф., професор кафедри міжнародних відносин, інформації та
регіональних студій Рижков Микола Миколайович

Нормоконтролер _____

Валентина ЄМЕЦЬ

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ.....	6
1.1. Історія зародження публічної дипломатія у світі	6
1.2. Еволюція публічної дипломатії та її сучасний вигляд	9
РОЗДІЛ 2. РОЛЬ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ В КРАЇНАХ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ.....	20
2.1. Механізми роботи публічної дипломатії в ЄС.....	20
2.2. Формування ідентичності публічної дипломатії в країнах ЄС	28
2.3. Продуктивні наслідки публічної дипломатії ЄС	30
РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЯ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ МЗС УКРАЇНИ.....	34
3.1. Ключові напрямки та принципи публічної дипломатії МЗС України.....	35
3.2. Мета, стратегічні цілі та завдання публічної дипломатії МЗС України	41
3.3. Національний бренд Ukraine Now, як основа стратегії МЗС України.....	45
ВИСНОВКИ.....	49
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ	52

ВСТУП

Актуальність теми. Вивчення публічної дипломатії є новою галуззю, що розширюється. Визначає її як публічний, інтерактивний вимір дипломатії, який є не тільки глобальним за своєю природою, але також включає безліч акторів і мереж. Це ключовий механізм, за допомогою якого країни сприяють взаємній довірі та продуктивним відносинам, і він став вирішальним для побудови безпечного глобального середовища. Єдиного узгодженого визначення терміну не існує; ця відсутність консенсусу щодо визначення цілком може виявитися непоганою річчю. Щоб переглянути різноманітні визначення, які використовуються практиками, науковцями, науково-дослідними інститутами чи урядами, а також останні наукові дослідження з цієї теми.

Публічна дипломатія стала важливою темою як для практиків зовнішньої політики, так і для дослідників міжнародних відносин та світової політики. Чим більше термін набуває популярності і використовується в політичних документах, журналах, наукових книгах і статтях, тим більша кількість різних визначень цього поняття. Щодо дискусії у міжнародних відносинах, деякі дослідники стверджують, що публічна дипломатія є частиною конструктивізму. І все ж, хоча публічну дипломатію може бути доречним віднести до категорії конструктивістської для орієнтованої на норми репутаційної політики, такої як «іменування та ганьби», багато реалістів, які працюють з раціоналістичної парадигми визнали важливість публічної дипломатії в міжнародних відносинах. Нещодавно, окрім дискусій щодо визначень та сфери публічної дипломатії, було опубліковано багато емпіричних досліджень, орієнтованих на дані. Наприклад, були зроблені кроки до визначення того, яка держава може досягти найвищого рівня м'якої сили завдяки ефективній практиці публічної дипломатії. Більше того, для вивчення того, як міжнародні ЗМІ зосереджуються на суперечливих дипломатичних питаннях між державами, часто використовуються кількісний аналіз тексту або рамки аналізу контенту. Навіть твіти

та соціальні мережі вивчаються, щоб з'ясувати, які типи міжнародних дипломатичних комунікацій підтримують і протидіють сторонній аудиторії.

Вперше в історії нашої країни було затверджено стратегію публічної дипломатії. Цей єдиний документ систематизує, що, кому, коли і як Україна говорить про себе у світі: ключові повідомлення, аудиторії, формати та канали комунікації. Тепер зміцнення репутації України у світі буде не зосередженим, а системним, послідовним і цілісним.

Метою дослідження є визначення цілей та напрямків публічної дипломатії в стратегії МЗС України.

Визначена мета передбачає вирішення таких **завдань**:

1. Схарактеризувати теоретичні засади публічної дипломатії, її виникнення, еволюція та сучасний вигляд.
2. Дослідити роль публічної дипломатії в країнах Європейського Союзу.
3. Проаналізувати стратегію публічної дипломатії МЗС України.
4. Визначити ключові напрямки, принципи, мету та завдання публічної дипломатії МЗС України.

Об'єкт дослідження – стратегія публічної дипломатії МЗС України.

Предметом дослідження є ключові напрямки, принципи та механізми публічної дипломатії.

Методи дослідження. Використання методів, підходів і принципів сприяє розумінню місця та ролі публічної дипломатії у світі та в Україні загалом. Для виконання поставлених завдань використовується багато загальнонаукових, логічних та емпіричних методів дослідження. На основі історичного підходу публічна дипломатія розглядається як динамічне явище, на формування та трансформацію якого впливають різноманітні обставини даного історичного періоду. Зокрема, вивчається зародження та етап розвитку публічної дипломатії в деяких країнах світу, головним чином у США, Європейському Союзі та Україні. Структурно-функціональний підхід виділяє структурні елементи публічної дипломатії, такі як: суб'єкти, інституційні рамки, цілі, механізми, інструменти, аудиторії, а також

простежує взаємозв'язки між ними, таким чином визначаючи реальні та потенційні можливості публічної дипломатії, які впливають на просування стратегії Міністерства закордонних справ України. Використання системного підходу дає змогу охарактеризувати публічну дипломатію як неодмінне, але складне та багатогранне явище. В емпіричному методі використовується документальний аналіз, що дозволяє виявити ключові положення законодавства, інших офіційних документів України та зарубіжних країн, міжнародних урядових та неурядових організацій, пов'язаних з розвитком публічної дипломатії. Також для визначення основних цілей і завдань стратегії публічної дипломатії МЗС України був використаний SWOT-аналіз.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків, списку використаних інформаційних джерел (76 джерел). Загальний обсяг роботи становить 58 сторінок, основний текст викладено на 47 сторінках.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ

1.1. Історія зародження публічної дипломатія у світі

Ми не знаємо, коли людські суспільства вперше відчували потребу спілкуватися один з одним, але можна з упевненістю припустити, що вони робили це з найдавніших часів. Ми знаємо, що дипломатичний статус існував дуже рано, і зрозуміло, і повчально, чому він мав бути таким.

Перші дипломати були відповіддю на відчутну потребу в механізмі для безпечної та надійної передачі повідомлень між суспільствами. Повчально відзначити, що з самого початку дипломатія, навіть у її найгрубіших формах, розвивалася у відповідь на взаємні політичні потреби. Вона триває і продовжується до сьогодні, тому слід розглянути деякі видатні та складні приклади процесу в дії [32, с. 25].

Кожна академічна дисципліна має свої певності, і в невеликій галузі дослідження публічної дипломатії загальноновизнаною є істина, що термін «публічна дипломатія» був введений у 1965 році Едмундом Гулліоном, деканом Школи права та дипломатії Флетчера в Університеті Тафтса та видатного офіцера іноземної служби у відставці, коли він заснував Центр громадської дипломатії Едварда Р. Марроу. У першій брошурі Murrow Center було зручно викладено концепцію Гулліона, що публічна дипломатія має справу з впливом суспільних настроїв на формування та здійснення зовнішньої політики. Вона охоплює виміри міжнародних відносин за межами традиційної дипломатії; культивування урядами громадської думки в інших країнах; взаємодію приватних груп та інтересів однієї країни з іншою; звітність про закордонні справи та її вплив на політику; спілкування між тими, чиєю роботою є спілкування, як дипломати та іноземні кореспонденти; і процес міжкультурних комунікацій [30, с. 91].

Цей нарис намагатиметься розглянути забуту передісторію цієї фрази в репортажах та дипломатичному дискурсі, що стало можливим завдяки створенню

повністю текстових версій історичних газет, включаючи New York Times, Washington Post та Christian Science Monitor. Хоча цей аналіз підтверджує, що Гулліон був першим, хто використав цю фразу в її сучасному значенні, він також показує, що фраза Гулліона була не стільки новою монетою 1965 року, скільки свіжим використанням усталеної фрази. За іронією долі, це нове використання старого терміна було необхідним, тому що ще старіший термін «пропаганда» – якому Гулліон зізнався, він віддає перевагу – накопичив так багато негативних конотацій.

Найбільш раннє використання фрази «публічна дипломатія» насправді не є американським, а в головній статті з лондонської газети Times у січні 1856 року. Воно використовується лише як синонім ввічливості в статті, що критикує позицію президента Франкліна Пірса. «Державні діячі Америки повинні пам'ятати, – вважає «Times», – що, якщо їм потрібно справити на нас певне враження, як вони уявляють, вони також повинні бути прикладом для свого народу, і таких прикладів небагато» [34, с. 16].

Перше використання, про яке цитувала New York Times, було в січні 1871 року у звіті про дебати в Конгресі. Представник Семюел С. Кокс (демократ із Нью-Йорка, колишній журналіст) виступив проти таємних інтриг щодо анексії Республіки Домініка, зазначивши, що вірить у «відкриту публічну дипломатію». Це було використання, яке передбачало основну артикуляцію фрази через тридцять п'ять років під час Великої війни.

Під час Великої війни словосполучення «публічна дипломатія» широко використовувалося для опису групи нових дипломатичних практик. Ця практика варіювалася від послідовних заяв Німеччини щодо політики підводної війни, через публічні декларації умов миру, до ідеалістичного бачення Вудро Вільсона – як було висловлено у початковій точці його промови про «чотирнадцять пунктів». Від 8 січня 1918 року міжнародна система, заснована на «відкритих угодах миру, відкрито укладених». Багато письменників того часу віддавали перевагу фразі «відкрита дипломатія» для цього, але «публічна дипломатія» мала своїх прихильників і,

здається, отримала ще більше поширення, повідомляючи про використання французькою фразою «*diplomatie publique*» [31, с. 42].

The New York Times використала цю фразу 9 травня 1916 року у висвітленні так званої Сассекської застави, декларації, виданої 4 травня німецьким урядом, щоб обмежити свою підводну війну. Розглядаючи реакцію США на обіцянку, New York Times процитувала редакційну статтю з того дня Boston Herald, в якій зазначалося, що одним із зол публічної дипломатії є необхідність продовжувати писати листи, в яких відповідальний глава кожної нації повинен зберігати його обличчя зі своїми людьми, а також передати свої цілі іншій стороні. Спостереження має свій відголосок сьогодні в проблемах, з якими стикаються лідери зараз, коли всі їхні внутрішні висловлювання можна почути в усьому світі.

Третє використання фрази «публічна дипломатія» в New York Times і перше використання в Washington Post відбулося 28 грудня 1917 року, знову цитуючи редакційну статтю з інших місць, цього разу від Berliner Tageblatt, що коментує російсько-німецькі мирні переговори в Брест-Литовську. У газеті приголомшливо зазначалося, що ніщо не може так похитнути стіну зброї, як нова публічна дипломатія [69].

11 лютого 1918 року президент Вільсон сам використав цю фразу у своїй промові до Конгресу про так звані «чотири принципа», у якій він передав відповідь канцлера Німеччини Георга фон Гертлінга на чотирнадцять пунктів, зазначивши, що він приймає принцип публічної дипломатії. Фраза Вільсона була адаптована з оригінальної заяви Гертлінга до Рейхстагу 24 січня 1918 року, в якій він схвалив те, що він назвав «*Publizität der diplomatischen Abmachungen*» (передано «публічністю дипломатичних угод» у лондонській газеті «Times»). Звіти про виступ Вільсона стали причиною першого використання терміну «публічна дипломатія» в Christian Science Monitor, між 1899 і 1957 роками. У липні 1918 року Сенат США розглянув питання «публічної дипломатії» у зв'язку зі сміливою пропозицією сенатора Вільяма Е. Бора (Р-Айдахо) про те, щоб його дебати щодо договорів відтепер були публічними. Пропозиція була відхилена п'ятдесятьма голосами проти двадцяти трьох [40, с. 278].

1.2. Еволюція публічної дипломатії та її сучасний вигляд

Потрібний лише короткий огляд літератури про дипломатію, щоб з'ясувати, як питання «публічної дипломатії» стало дуже актуальним з початку ХХ століття. Вільсон, Нікольсон, Кіссінджер і Най всі зіткнулися з певним моральним обов'язком зробити дипломатію публічною [14, с. 29].

Війна та технологічний прогрес, можливо, є двома найважливішими рушійними силами еволюції дипломатичної поведінки в сучасну епоху. Технології сприяли трансформації не лише дипломатії, а й способів, за допомогою яких можна було надати громадськості доступ до дипломатичної діяльності. Водночас змінили характер виклики збройного конфлікту, які кожен письменник сподівався вирішити дипломатією. Точніше, виклики збройного конфлікту перейшли від великих світових воєн до нових «типів» війни, таких як холодна війна, гібридна війна та війна проти тероризму [29, с. 51-60].

У 1918 році, через рік після вступу Сполучених Штатів у Першу світову війну, щоб зробити світ безпечним для демократії, президент Вудро Вільсон виголосив відому промову, в якій виклав чотирнадцять принципів, на основі яких він вірив у новий, стабільний і мирний світовий порядок, який можна було побудувати. У цій промові Вільсон торкнувся того, що, на його думку, було вирішальною проблемою свого часу: великомасштабних територіальних конфліктів. На думку Вільсона, війни можна було б запобігти, якби громадськість мала слово у зовнішніх справах. Постійного миру можна було досягти лише шляхом встановлення міжнародного порядку, за якого переважали розум, справедливість і спільні інтереси людства. Тому, коли війна закінчилася, Вільсон поїхав до Парижа для переговорів про Версальський мирний договір. Вільсон пробув у Парижі шість місяців, і протягом цього часу основними інформаційними каналами з Парижа до Вашингтона були листи та телеграф (і в незначній мірі телефон) [20, с. 139].

На початку своєї кар'єри британський дипломат Гарольд Нікольсон також брав участь у Версальських переговорах. Після цього Нікольсон працював дипломатом,

перш ніж зосередитися на внутрішній політиці та економічній кризі в Британії в 1930-х роках. Коли почалася Друга світова війна, Нікольсон перевів свою літературу в міжнародну сферу. Після закінчення війни Нікольсон звітував про мирні переговори 1946-47 років у Парижі. Тут Нікольсон став свідком того, як поширення радіомовлення вплинуло на ведення дипломатичних переговорів. Щоденники Нікольсона 1946-1947 років пропонують більш песимістичний погляд на відкриту дипломатію, ніж його щоденники з Версальських переговорів 26 років тому. Песимізм був пов'язаний з технічними досягненнями свого часу. Як сказав Нікольсон, що неможливо вести переговори перед мікрофоном.

У той час як головною проблемою Нікольсона щодо технологій було радіо, Кіссінджер вважав поширення телебачення та його передачу війни у В'єтнамі безпосередньо в американські домівки як перешкоду для проведення відкритої дипломатії. На відміну від Вільсона та Нікольсона, Кіссінджеру випав не кінець світової війни, а продовження холодної війни та війни у В'єтнамі. Після служби як Держсекретар у 1973-1977 роках Кіссінджер написав свої мемуари, в яких описав, як зворотний канал сприяє секретному зв'язку високого рівня, що доповнює офіційні переговори з Кремлем про ядерне роззброєння. Крім того, Кіссінджер таємно зустрівся з представниками Північного В'єтнаму в Парижі в 1970 році, а в 1971 році таємно поїхав до Китаю, щоб провести таємні переговори з режимом Мао. Хоча практика таємної дипломатії не була новим для Білого дому, адміністрація Ніксона, можливо, практикувала її активніше, ніж будь-які попередні уряди США [38, с. 72].

Нарешті, винахід Інтернету та його швидке глобальне поширення є важливою проблемою в наукових дослідженнях Джозефа Най. Після падіння Берлінської стіни виникли нові типи глобальних загроз, і тексти Ная виявляють велику стурбованість можливостями та викликами, притаманними сучасному інформаційному суспільству. У 1990 році Джозеф Най вперше ввів концепцію «м'якої сили». Оскільки американська популярність зменшилася під час війни в Іраку, починаючи з 2003 року, Най наголосив на необхідності проведення «публічної дипломатії» або «нової публічної дипломатії» для збільшення американської м'якої сили. Однак, його

уявлення про публічну дипломатію суттєво відрізняється від того, що мали на увазі Вільсон, Нікольсон та Кіссінджер [71].

Відповідно до більшості сучасних визначень англійських словників, слово «публічний» сьогодні має три загальні конотації. Використовується для позначення:

1. Народу чи республіки (конотація людей).
2. Для опису якості заяви чи виступу як відкритого (відтінок якості).
3. Те, що належить громадськості, тобто державні інституції (конотація власності).

Використовуючи конотацію люди, група людей, на яку посилається Вільсон, – це освічені громадяни, які, на його думку, мали демократичне право впливати на зовнішню політику. Іншими словами, для Вільсона громадськість була переважно освіченими людьми. Цей вузький діапазон був розширений, коли Нікольсон включив більше громадян (наприклад, жінок). Групи були ще більше розширені при Кіссінджері та Найі відповідно до загального розширення виборчого права з часом. Що стосується географічних кордонів громадськості, Вільсон вже мав дуже широке уявлення про громадськість як про глобальний діапазон. Ця концептуалізація глобального діапазону також очевидна в роботах Нікольсона та Кіссінджера. Однак і Нікольсон, і Кіссінджер, як правило, більше зосереджуються на своїх відповідних національних громадськостях в аналізованих роботах. У працях Ная зосереджено на глобальному діапазоні громадськості, що Най обговорює транснаціональні утворення або просто іноземну громадську думку. Наприклад, Най звертає увагу на необхідність залучення поміркованих мусульман, а також європейців та азіатів [17, с. 28].

Фраза «публічна дипломатія» у своєму ідеалістичному вільсонівському значенні відкритих угод зберігалася протягом міжвоєнних років у риториці інтернаціоналістів, як-от Джеймс Шотвелл і Кларенс Стрейт, а також у редакційних статтях на сторінках *Christian Science Monitor*. У 1928 році репортер *Christian Science Monitor* Дж. Роско Драммонд проголосив епоху публічної дипломатії у відзначеному нагородою есе «Преса та публічна дипломатія», в якому підкреслювався моральний обов'язок ЗМІ точно повідомляти про міжнародні справи. і безпристрасно, щоб

зменшити напругу. Його ідеалізм все більше віддалявся від реалій погіршення міжнародної сцени. Кореспондент лондонської Times описав прибуття нових британських військ в Саар у грудні 1934 року з маршируючими оркестрами та багатим гарним гумором до місцевих жителів як вражаючу демонстрацію публічної дипломатії перед обличчям зухвалої демонстрації нацистських прапорів. У 1936 році в дописі Associated Press з Парижа зазначалося, що ліві аплодували обіцянню нового (і недовговічного) французького прем'єр-міністра Альбера Сарро використовувати публічну дипломатію у зовнішніх справах. Термін рідко використовувався під час Другої світової війни.

У післявоєнні роки відбулася як переоцінка Вільсона, так і відродження терміну «публічна дипломатія». У 1946 році французький прем'єр Анрі Спаак з ентузіазмом говорив про цю епоху публічної дипломатії під час інавгураційної сесії Генеральної асамблеї ООН у жовтні. У Британії лондонська газета Times засудила «публічну дипломатію» як одну з крилатих фраз і гасел, що маскуються під принципи зовнішньої політики, і підтримала заклик дипломата і політика Гарольда Нікольсона повернутися до приватної дипломатії [37, с. 47].

До 1950-х років вживання терміну «публічна дипломатія» помітно перемістилося у сферу міжнародної інформації та пропаганди. Справа була не стільки в тому, що цей термін використовувався по-іншому, скільки в тому, що дипломатія практикувалася і розумілася по-різному, а ключові дипломатичні події тепер визнавалися як явні твори публічного виконання. У 1953 році Уолтер Ліппманн зауважив у своїй широко поширеній колонці, що деякі дипломати тепер можуть стверджувати, що практика публічної дипломатії, пропаганди та психологічної війни стала такою чумою, що ключові радянсько-американські переговори слід проводити закриті. У більш позитивному ключі у своїй промові влітку 1958 року Генеральний секретар ООН Даг Хаммаршельд заявив, що цінність публічної дипломатії в Організації Об'єднаних Націй вирішальною мірою залежатиме від того, наскільки відповідальні представники знайдуть можливим піднятися над вузьким тактичним

підходом до політики міжнародного життя і виступати як люди для прагнень і сподівань.

Спостерігачі дипломатичної сцени, включаючи Луїса Галле, ветерана британського дипломата лорда Стрэнга або Джеймса Рестона з *New York Times*, тепер використовували публічну дипломатію, щоб викликати елемент показухи в дипломатії Хрущова, Кеннеді та інших. Оскільки практика публічної дипломатії перетиналася з пропагандою, Гулліону потрібно було лише перенести термін публічна дипломатія на відносно невелику відстань, щоб повністю перенести його в новому значенні як альтернативу пропаганді [18, с. 16].

Протягом багатьох років цей термін мав обмежену популярність за межами кільцевої дороги, його старе використання у відкритій дипломатії також залишалося в обігу в роботах деяких письменників, таких як дипломатичний кореспондент *Washington Post* Мюррі Мардер. Цей термін не фігурував у назві академічної книги до 1972 року.

Причина того, що термін «публічна дипломатія» з'явився у 1965 році, полягала в тому, що у Вашингтоні існувала реальна потреба в такій концепції. Через десяток років свого існування Інформаційне агентство Сполучених Штатів потребувало альтернативи аномальному терміну інформація або злоякісному терміну «пропаганда»: новий оборот фрази, на якому воно могло б побудувати нові й добрі значення. Термін «публічна дипломатія» Гулліона охоплював усі аспекти діяльності USIA та низку культурних та обмінних функцій, які ревно охороняє Державний департамент. Ця фраза надала поважної ідентичності кар'єрному офіцеру USIA, оскільки була на один крок віддалена від сфери «публік рилейшнз» і використанням терміну «дипломатія»,

Сам термін став аргументом на користь USIA та проти кризи обміну та культурної роботи в штаті. Якщо публічна дипломатія існувала як різновид дипломатії в сучасному світі, – такий аргумент був, то безсумнівно, Сполученим Штатам потрібна спеціальна агенція для виконання цієї роботи, і це агентство було найкраще структуровано для контролю за всією роботою в цій галузі. Термін виплатив дивіденди через десять років. У 1978 році USIA була реорганізована за

логікою нової термінології і нарешті отримала панування над усім спектром американської діяльності в інформаційній сфері. Про взаємозалежність концепції публічної дипломатії та USIA свідчить той факт, що після закриття USIA в 1999 році Центр Марроу в Тафтс став – і залишається – Центром міжнародної інформації та комунікацій Марроу. Але до 1999 року ця фраза мала більше ваги, ніж одна агенція чи одна країна [64].

Причина того, що термін «публічна дипломатія» з'явився у 1965 році, полягала в тому, що у Вашингтоні існувала реальна потреба в такій концепції. Через десяток років свого існування Інформаційне агентство Сполучених Штатів потребувало альтернативи аномальному терміну інформація або злослівному терміну «пропаганда»: новий оборот фрази, на якому воно могло б побудувати нові й добрі значення.

У роки Рейгана зросли витрати на публічну дипломатію та ширше використовували цей термін у слуханнях у Конгресі, наукових дослідженнях, журналістиці та серед практиків. Білий дім Рейгана став безпорадним викликом домінуючому доброякісному визначенню, коли він створив власне «Офіс громадської дипломатії» для нагляду за внутрішнім продажем підтримки повстанцям «Контра» в Нікарагуа. Таким чином, цей термін з'явився небажаним на слуханнях «Іран-Контра».

Протягом 1990-х років термін публічна дипломатія нарешті увійшов у звичайне вживання в зовнішньополітичних колах за кордоном. У Британії, наприклад, уряд Блера створив Раду зі стратегії громадської дипломатії. У роки після терактів 11 вересня 2001 року він нарешті увійшов до американської суспільної свідомості. Після азійського цунамі навіть президент Джордж Буш використав цю фразу, хоча сказав інтерв'юєру АВС, що наші зусилля з публічної дипломатії не дуже надійні та не дуже хороші в порівнянні з зусиллями публічної дипломатії тих, хто хотів би поширювати ненависть і зневажати Сполучені Штати із вражаючою відсутністю такту та припустив, що допомога Америки в результаті цунамі може вплинути на це [28, с. 101].

Протягом останніх тридцяти років публічна дипломатія стала предметом дослідження вчених, нинішніх і колишніх практиків, урядових дослідницьких органів та незалежних аналітичних центрів. Публічна дипломатія стала терміном, який широко зустрічається в колах вчених і практиків традиційної дипломатії. Крім того, вона стала найбільш дискусійною темою у сфері міжнародного спілкування. Різні країни, будь то демократичні чи авторитарні режими; багаті, як Норвегія, або бідні, як Ефіопія, виявили великий інтерес до публічної дипломатії. Ця сфера включає спілкування національно-державних та недержавних зацікавлених сторін – громадянами іноземних держав. Ця зацікавлена сторона може бути представником громадянського суспільства, неурядової або багатонаціональної організації, журналістом або представником ЗМІ, спеціалістом із різних галузей промисловості, політики або членом виборчого округу [70].

Дослідження публічної дипломатії зосереджуються на двох основних аспектах: теоретичних інтерпретаціях та змісті діяльності на практиці. Іншими словами, публічна дипломатія – це нова сфера практики та знань. Його перша площина, теоретична інтерпретація, прагне пояснити основні концепції того, що мається на увазі під публічною – чи масовою – дипломатією; яка пояснювальна теорія такої комунікації з іноземною громадськістю та зв'язок між цією сферою та іншими сферами комунікації. Друга його площина – опис діяльності – включає заходи, які вживаються у цій сфері для здійснення комунікації з іноземною громадськістю. Такі заходи включають в себе три виміри публічної дипломатії: управління інформацією, яка генерується щоденно і в першу чергу через ЗМІ та Інтернет, які використовуються як канали комунікації для передачі якомога більше повідомлень іноземним народам з метою інформування, впливати та залучати їх; стратегічна комунікація являє собою другий вимір, який має ту саму мету, а третій вимір – культурну дипломатію – яка реалізується без будь-яких посередників чи медіа-каналів, через обмін студентами, культурою, туризм, діаспору тощо [19, с. 154-155].

Однак до початку цього десятиліття дослідження з питань публічної дипломатії були мізерними. Існує лише невелика кількість монографій, присвячених публічній

дипломатії та лише деякі статті розглядають його теоретичні питання. Більшість публікацій являли собою резюме доповідей, відредагованих дослідниками міжнародної комунікації чи громадської дипломатії. Більшість із них були історичними та зосереджені на діяльності громадської дипломатії різних країн, зокрема США та Великобританії. На додаток до англосаксонських країн і за винятком кількох статей про французьку аудіовізуальну політику чи німецьку культурну політику, ми майже мовчимо на тему публічної дипломатії. Англomовна література з публічної дипломатії відносно обмежена, а дослідження базуються на тому, що ми маємо; в той час як немає значної літератури іншими мовами, крім англійської, тобто французькою чи німецькою. У 1992-2003 роках було менше 30 книг академічних дослідників, головною темою яких була публічна дипломатія, і така кількість смішна. За словами Гілбоа у 2008 році, існуючі дослідження в галузі публічної дипломатії страждають від низки серйозних недоліків, тоді як попередні публікації часів холодної війни є значною мірою історичними, і їх внесок у розвиток теорії та методології публічної дипломатії був обмеженим. За словами одного з найбільш цитованих європейських вчених, після холодної війни існує дуже невелика кількість наукової літератури про публічну дипломатію. Ті, хто займається цією сферою, в основному стикаються з великою кількістю журнальних статей, які по-своєму стосуються публічної дипломатії, частіше використовують, а не заглиблюються в дослідження в цій галузі, водночас глибше опрацьовуючи політичний аналіз, коментарі та швидкі поради від різних політиків в різних країнах світу; часто плутають публічну дипломатію з традиційною [24, с. 78].

Навіть після 11 вересня 2001 року багато урядів, державних установ та організацій опублікували серію звітів, більшість із яких повторюють проблеми, ідеї та принципи. Ці звіти також не зробили достатнього внеску у розвиток теорії та методології публічної дипломатії. За останнє десятиліття кількість наукових статей, опублікованих у журналах з комунікації та дипломатії, значно зросла, зокрема в журналі *Place Branding and Public Diplomacy*. Анхольтом, який дав життя концепції брендингу нації – концепції, яка конкурує з концепцією публічної дипломатії, яка,

однак, стосується конкуренції між однією країною з іншими країнами на світовому ринку. Іншими значними доповідями та статтями про публічну дипломатію є Центр публічної дипломатії USC та Голландський інститут Клінгендал. Деякі автори публікацій базують свої ключові посилання на визначення та таксономії з публікації Tusch, тоді як Леонард залишається авторитетом у діяльності публічної дипломатії, який водночас є єдиним практичним монографом у цій галузі про європейську сцену. Європейський автор Мелісен, американський Калл та ізраїльський Гільбоа є найбільш цитованими авторами щодо теоретичних пояснень публічної дипломатії [68].

Однак Най із його концепцією м'якої сили – привабливої сили країни – також залишається часто цитованим, концепція, яка охоплює публічну дипломатію, але, тим не менш, м'яка сила не є об'єктом цієї статті. Підсумки досліджень переважно стосуються різних країн і секторів публічної дипломатії. Переважають статті про американську дипломатію; далі йдуть ті, які присвячені деяким європейським та азійським країнам, а також галузеві теми, такі як культурна дипломатія, обміни, зусилля щодо надання теоретичних пояснень у цій галузі тощо.

Проте за останні п'ять років у різних країнах спостерігається розширення вивчення публічної дипломатії. Сьогодні десятки досліджень, відредагованих книг і сотні статей розширили сферу публічної дипломатії зі США та Великобританії на інші європейські контексти, включаючи Німеччину, Францію, Іспанію, Данію, Норвегію, Туреччину тощо. Східний контекст Китаю, Кореї, Індії, а також Сінгапуру розглядався з точки зору досліджень м'якої сили та публічної дипломатії. Останнім часом дослідження публічної дипломатії викликали глобальний інтерес у Канаді, Японії, а також у Бразилії, а також країнах африканського континенту, зокрема Нігерія та Алжир.

Існує багато методів та інструментів, які використовуються в публічній дипломатії. Ніколас Дж. Калл поділяє цю практику на п'ять елементів: прослуховування, адвокація, культурна дипломатія, дипломатія обміну та міжнародне мовлення. Нещодавно нові інструменти, пов'язані з поточним процесом

урбанізації та глобалізації, включали дипломатичні зв'язки через міста-побратими (також звані побратимами), мережі та розумні міста [33, с. 93-94].

Міжнародне мовлення залишається ключовим елементом публічної дипломатії у XXI столітті, коли традиційно слабкіші держави мають можливість кинути виклик гегемонії та монополії інформації, яку надають сильніші держави.

Такі методи, як особистий контакт, мовники, такі як «Голос Америки», «Радіо Вільна Європа» і «Радіо Свобода», обмінюються програмами, такими як Фулбрайт і Міжнародна програма лідерства відвідувачів, американське мистецтво та вистави в іноземних країнах, а також використання Інтернету. Всі ці інструменти використовуються для практики публічної дипломатії, залежно від аудиторії, з якою потрібно спілкуватися, і повідомлення, яке потрібно передати [54].

Згідно з дослідженням 2021 року, візити лідерів на високому рівні підвищують схвалення громадськості серед іноземних громадян.

Аналіз концептуалізацій «публічної дипломатії» вченими історичної дипломатії привів до чотирьох основних висновків.

По-перше, розуміння того, хто є громадськістю, з часом розвивалося. Концепція розширилася з охоплення переважно освічених чоловіків на все доросле населення (жінки та чоловіки, освічені чи ні). Також відбувся розвиток усвідомлених географічних кордонів громадськості; на початку XX століття Вільсон використовував публіку для позначення «глобальної громадськості». Після Версальських переговорів 1919 року це змінилося на більш вузьку і внутрішньополітичну концепцію громадськості. У 1990-х роках Най знову почав використовувати термін громадськість для опису більш глобальної чи транснаціональної сутності.

По-друге, протягом минулого століття змінювалися уявлення про громадськість (її раціональність, емоційна поведінка тощо). Погляд на здатність громадськості розуміти зовнішні справи змінився на четверте. Вільсон вважав, що громадськість здатна розуміти зовнішні справи. Нікольсон вважав, що можна навчити громадськість розуміти деякі (але не всі) дипломатичні заходи. Кіссінджер виявив,

що громадськість переважно нездатна зрозуміти зовнішні справи, тоді як Най знову вважав громадськість більш здатною [62].

По-третє, переважна відповідь на те, що означає «вести публічну дипломатію», суттєво змінилася протягом минулого століття. На початку ХХ століття публічна дипломатія означала переговори, які передбачали обмін письмовими заявами між дипломатами. Це визначення залишилося, але було розширено, включивши в нього заяви, зроблені через мікрофон (під час мирних переговорів 1940-х років) і перед телевізором (під час холодної війни і досі). Однак поняття публічної дипломатії також змінило своє істотне значення двома способами: Кіссінджер використовував його для позначення дипломатії, що здійснюється через державні установи, а Най використовував його для опису стратегічних комунікацій з іноземними суспільствами.

Нарешті, переважне ставлення до ідеї публічної дипломатії коливалося від позитивного до негативного і знову до позитивного. Але ці мінливі погляди слід сприймати з дрібкою солі: публічна дипломатія означала щось істотно інше кілька століть тому, ніж сьогодні [27, с. 28-30].

РОЗДІЛ 2. РОЛЬ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ В КРАЇНАХ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

2.1. Механізми роботи публічної дипломатії в ЄС

Публічна дипломатія Європейського Союзу є відносно новою сферою досліджень; її можна вважати підсферою зовнішньої політики ЄС.

За даними ЄС публічна дипломатія має справу з впливом суспільних настроїв. Він прагне просувати інтереси ЄС шляхом розуміння, інформування та впливу. Це означає чітке пояснення цілей, політики та діяльності ЄС і сприяння розуміння цих цілей через діалог з окремими громадянами, групами, установами та ЗМІ [57].

По-перше, найчастіше передається повідомлення, яке намагається дати людям зрозуміти, що таке ЄС, оскільки багато громадян приймаючих країн змішують ЄС з його країнами-членами або не бачать різниці з іншими міжнародними організаціями, такими як ООН або НАТО. У деяких країнах не лише місцеве населення, але навіть політичні інституції та державні службовці не володіють дуже глибокими знаннями про ЄС. Ця переважно інформаційна складова стосується як далеких країн, так і країн, географічно ближчих до ЄС. В останньому випадку населення країни перебування може мати ширші базові знання про основні характеристики ЄС, тому інформація з інших питань буде на першому плані. Це може бути направлене повідомлення про переваги поглиблених і всеосяжних зон вільної торгівлі в Європейському сусідстві, єдиному ринку або Європейській економічній зоні. Ця інформація є актуальною, оскільки навіть у разі близької географічної близькості представництва ЄС вважають себе зобов'язаними протидіяти непорозумінням та дезінформації щодо ЄС, які поширюються серед населення країни перебування [12, с. 45].

Другим основним повідомленням, яке передає публічна дипломатія ЄС, є комунікація, яка сприяє створенню дружнього іміджу ЄС і, отже, тісно пов'язана з концепціями м'якої сили, а також державної та брендинг нації. Створення сприятливого іміджу можна інтерпретувати по-різному: це може стосуватися

поширення образу «ЄС як друзів» країни перебування і зображення ЄС як великого міжнародного гравця та партнера, який підтримує місцеве населення і робить значний внесок у процвітання країни. У країнах, з якими ЄС має напружені політичні відносини, комунікація зосереджується на поширенні більш пов'язаного з культурою меседжу («ми всі Європа, є більше речей, які нас об'єднують, ніж роз'єднують») або на вказівці на конкретну співпрацю, наприклад у таких галузях, як освіта та наука. Крім того, роль мистецтва та культури може бути використана для створення зв'язку між людьми, показавши, що незалежно від того, наскільки велика відстань між ЄС та країною перебування, обидва мають спільні цінності та інтереси. У цьому сенсі можна стверджувати, що ЄС намагається використовувати свою публічну дипломатію для реалізації м'якої сили та формування позитивного середовища для своєї зовнішньої політики, зображуючи ЄС як надійного та життєво важливого партнера. Конкретний зміст повідомлень залежно від місцевого контексту, роль представництв ЄС у східному сусідстві виявилось особливим полем для ЄС через напруженість між російською та зовнішньою політикою ЄС. Делегації в цій сфері виявили активну участь, серед іншого, у спростуванні російської дезінформації про ЄС, наприклад, використовуючи проект East StratCom Task Force EUvsDisinfo, який був створений для прогнозування та реагування на російські дезінформаційні кампанії, що впливають на ЄС. Частиною цього позитивного оформлення Союзу є підкреслення того, що ЄС і країна перебування сильніші разом, що свідчить про партнерство рівних. Однак в інших третіх країнах, де ЄС не є таким важливим партнером і де інші глобальні гравці, такі як Китай, більш помітні, компонент м'якої сили виглядає менш гучним. В одному з цих випадків публічної дипломатії йдеться не про застосування м'якої сили, а про просто присутність на місці без конкретних цілей чи інтересів [8, с. 165-167].

По-третє, особливу роль у передачі повідомлень відіграють делегації в країнах, що розвиваються. У цих країнах представництва ЄС зосереджуються на спілкуванні про проекти співробітництва в галузі розвитку, що впроваджуються на місцевому рівні, і на підкресленні їх прямої користі для населення. Нині більшість фінансової

підтримки не витрачається на конкретні проекти, а використовується як бюджетна підтримка для скарбниці країни перебування, виховуючи принципи власності та партнерства рівних. Тим не менш, решта бюджету співпраці в галузі розвитку, що використовується для проектів, що фінансуються ЄС, видається, дозволяє реалізувати достатньо проектів, які можна було б повідомити та відобразити через діяльність ЄС із публічною дипломатією. З іншого боку, деякі делегації в країнах, що розвиваються, також наголосили, що вони прагнуть донести до населення країни перебування, що їхнє представництво ЄС є не просто агенцією зі співробітництва в галузі розвитку, а й відіграє важливу політичну роль, особливо після Лісабонського договору. Цей аспект зовнішньої політики ЄС, здається, менш відомий деяким країнам-партнерам, і ця позиція втілена тим фактом, що в деяких країнах місцеве міністерство закордонних справ, як правило, сприймає Представництво ЄС менш серйозно, ніж міністерство економіки, яке відповідає за управління розвитком. Таким чином, спілкування, серед іншого, щодо Спільної стратегії Африки та ЄС є ключовим елементом у висвітленні співпраці між обома континентами, що виходить за рамки традиційного співробітництва в галузі розвитку [73].

Нарешті, на додаток до цих повідомлень, пристосованих до країни перебування, які в першу чергу ґрунтуються на підкресленні тісного зв'язку між ЄС та країною, яка приймає, більшість делегацій наголосили, що вони намагаються передати основні цінності ЄС у своєму спілкуванні. Це включає підкреслення ролі, яку Союз приписує таким принципам, як права людини, гендерна рівність і міжнародний порядок, заснований на правилах, але також стосується більш конкретних сфер, таких як боротьба зі зміною клімату та імплементація Паризької угоди.

Ці свідчення добре узгоджуються з висновками літератури з публічної дипломатії, як, стверджував Най, що «дії говорять голосніше, ніж слова, а публічна дипломатія, яка здається просто декорацією, навряд чи матиме успіх». Хоча інформування про ЄС та його цінності є основним завданням, багато дипломатів справді заявляли, що найбільш вдалими є ті повідомлення, які приносять конкретну користь для адресатів. Це можуть бути проекти та заходи в секторі співробітництва в

галузі розвитку, тренінги та семінари для журналістів та багато іншого. Особливо успішним «продуктом» є заохочення навчальних поїздок та обмінів до ЄС, які добре сприймаються, насамперед, у країнах з менш сприятливими перспективами або жорсткими ринками праці. Це свідчить про те, що публічна дипломатія виходить за рамки простої передачі інформації та тягне за собою енергійний обмін з приймаючим населенням, ілюструючи, що сфера дипломатії все більше і більше пов'язана з встановленням багаторівневої співпраці із зацікавленими сторонами з державного, приватного та громадянського секторів [39, с. 181].

Ситуація з представництвами ЄС у міжнародних організаціях є дуже специфічною і значно відрізняється від представництв із визначеною країною перебування. Порівняно з останньою, передані повідомлення не стільки про поширення позитивного іміджу ЄС. Швидше, опитані експерти пояснили, що їхня мета – поінформувати про переваги посилення ролі відповідної організації та просування помітної ролі ЄС у цьому контексті. Один чиновник заявив, що, згідно з його оцінкою, представництва ЄС потрібно було б розділити на чотири категорії, роль і послання яких будуть відповідно відрізнятися:

1. Двосторонні делегації.
2. Представництво в СОТ.
3. Представництво в ООН у Нью-Йорку.
4. Усі інші представництва в міжнародних організаціях, особливо менші.

Що стосується представництв у міжнародних організаціях, то слід розрізняти тих представників, де ЄС має важливу виняткову компетенцію (як у випадку СОТ, оскільки торгівля є однією з основних компетенцій Союзу), Представництво в ООН через його покращений статус спостерігача та всі інші представництва. Наприклад, у випадку СОТ у ЄС є досить конкретні цілі, а саме підтримання глобальної торговельної системи, яка зараз знаходиться під загрозою. У свою чергу, особливо представництва ЄС, які підпадають під категорію, є досить неактивними у інформаційно-просвітницькій діяльності через обмежені компетенції ЄС у своєму форумі. Відповідаючи на запитання про їхню роль публічної дипломатії та

повідомлення, один дипломат у такій делегації стверджував, що його команда «не має жодної ролі» у цьому відношенні. Це різко контрастує з інтерв'ю з двосторонніми представництвами ЄС, у яких йшлося про широкий спектр діяльності [9, с. 32].

Для кращого розуміння динаміки публічної дипломатії на місцях, корисно коротко оцінити роль залучених акторів зі сторони ЄС, яка складається переважно з самих делегацій та штаб-квартири в Брюсселі. Розмір підрозділу, який відповідає за публічну дипломатію на місці, різниться між різними делегаціями. У деяких австрійських діяльностях займається лише одна особа, тоді як у більших представництвах ця кількість була значно більшою. На додаток до офіцерів з питань захисту прав та інформації, деякі респонденти чітко згадали своїх керівників делегацій, заступників глав делегацій та перекладачів як учасників, залучених до діяльності з питань захисту прав. Кількість співробітників, які займаються проблемами публічної дипломатії у представництвах ЄС при міжнародних організаціях, значно відрізняється від інших представництв у тому сенсі, що не було аби лише одна особа регулярно займалася проблемою публічної дипломатії. Тому не дивно, що ці делегації набагато менш активні як онлайн, так і офлайн, ніж «звичайні» делегації, що охоплюють країни перебування [61].

Природно, що делегації не працюють повністю незалежно від штаб-квартири в Брюсселі. Офіцери з питань комунікацій перебувають у «постійному контакті» з Службою стратегічних комунікацій (SCU), яка надає делегаціям інформацію про централізовано запуснені кампанії, напрямки, які потрібно взяти та підтримати матеріали, такі як відео та інфографіку. SCU також організовує щорічні семінари, в яких беруть участь усі прес-секції певного регіону, щоб обговорити пріоритети, кампанії та напрямки. На додаток до регіональних семінарів, SCU організовує регіональні відеоконференції, щоб повідомляти про нові події та кампанії та стимулювати обмін між делегаціями. Нарешті, в середньому кожні два роки всі керівники преси та комунікацій зустрічаються в Брюсселі протягом цілого тижня, щоб ознайомитися з широким спектром тем, пов'язаних із інформаційно-роз'яснювальною діяльністю та зовнішньою політикою загалом. Незважаючи на те,

що більшість делегацій описують відносини зі штаб-квартирою ЄСВД як дуже тісні та ефективні.

Представництва ЄС підтримують не тільки тісні контакти зі штаб-квартирою ЄСВД, а й з генеральними директорами Комісії, які мають важливе значення для їхньої щоденної роботи з питань публічної дипломатії. Наприклад, представництва в країнах-сусідах ЄС підтримують зв'язок з DG NEAR, а в країнах, що розвиваються, з DG DEVCO. Здається, що взаємодія з DG COMM є більш обмеженою, ніж зі штаб-квартирою ЄСВД, і, очевидно, відбувається переважно у випадку великих, більш комплексних кампаній. Крім того, DG COMM підтримує Делегації за допомогою технічної допомоги. Нарешті, кілька делегацій згадали Службу прес-секретаря як додаткову контактну точку в Брюсселі, з якою вони постійно обмінюються [13, с. 23].

Поле напруженості між обов'язком співробітництва для країн-членів та зобов'язанням ЄС поважати дипломатичні прерогативи країн-членів є тим, що часто висвітлюється в літературі. Тому виправдано проаналізувати, як ці взаємодії працюють на місцях. З'ясування того, чи можна спостерігати певні закономірності у сфері публічної дипломатії, і визначення характеру співпраці в австрійській діяльності між ЄС та його державами-членами, а також потенційних подвійних структур, отже, є головною особливістю цієї тези.

Фактично взаємодія між представництвами ЄС та посольствами країн-членів є важливою складовою для досягнення консенсусу та для того, щоб ЄС виступав за кордоном єдиним голосом. Інтерв'ю з практикуючими спеціалістами з питань публічної дипломатії показали, що співпраця між представництвами ЄС та посольствами країн-членів у справах публічної дипломатії варіюється від дуже незначної до відносно інтенсивної командної роботи [26, с. 451].

Загалом, здається, існує дух співпраці між ЄС та його державами-членами щодо питань публічної дипломатії, оскільки вона охоплює такі сфери, як культура, освіта тощо – усі питання, що представляють великий інтерес для КЧ. Як і в інших сферах політики, переважна більшість делегацій ЄС зазначила, що спільні координаційні зустрічі з питань комунікації мають слугувати платформою для обговорення

поточних пріоритетів та можливої взаємодії і зусиль в публічній дипломатії. Принаймні, посольства країн-членів і представництва ЄС намагаються інформувати одне одного про те, що вони роблять, і дуже часто відбувається справжня співпраця. Це можна зробити через спільну організацію заходів у особливих випадках, таких як День Європи або кінофестивалі ЄС, або через співпрацю в культурних або освітніх кампаніях. Крім того, деякі делегації почали розсилати електронною поштою інформаційні бюлетені з переліком усіх майбутніх культурних заходів, організованих посольствами країн-членів. Один дипломат ЄС пояснив, що їхня делегація почала ділитися так званими «планами видимості» з посольствами країн-членів у 2019 році. Це списки всіх заходів, запланованих на наступний рік, разом із очікуваними витратами, що дозволяє країнам-членам вибрати для певних починань. До того часу делегація та посольства країн-членів лише запрошували один одного на заходи, не домовляючись про більш тісне партнерство. У багатьох випадках місцеве представництво ЄС має значно більше співробітників, ніж національні представництва, що робить співпрацю з ЄС особливо привабливою для країн, чия робота посольств страждає від обмежених доступних ресурсів.

Загалом співробітництво між ЄС та його державами-членами можна умовно розділити на два рівні. По-перше, організовуються заходи високого рівня з метою популяризації більш загальних цінностей ЄС та представлення історії та культури європейських країн. По-друге, співпраця відбувається на рівні проекту, оскільки багато країн-членів здійснюють проекти, що фінансуються ЄС, через свої національні агентства розвитку. У цьому випадку публічна дипломатія має подвійну мету: забезпечити видимість ЄС і висунути роль організації-виконавця [35, с. 28].

Тим не менш, співпраця публічної дипломатії між посольствами країн-членів і ЄС не є всеохоплюючим. Незважаючи на те, що цей аспект важко визначити кількісно репрезентативно, заяви деяких офіційних осіб ЄС показали, що в їхній країні перебування лише близько половини країн-членів бажають регулярно брати участь у спільних заходах публічної дипломатії. ЧЧ не повністю покладаються на ЄС, але також просувають інтереси власної країни, про що чиновник ЄС сказав, що КЧ

«мають на це повне право». Це стосується, зокрема, приймаючих країн, з якими деякі країни-члени мають тісні зв'язки через своє колоніальне минуле і, отже, бажають взяти на себе провідну роль у багатьох видах діяльності. Також певний ступінь конкуренції між країнами-членами ЄС був згаданий, хоча лише одним чиновником ЄС, у контексті інформаційного бюлетеня про культурні події, згаданого вище. Загалом, Представництва ЄС, здається, добре усвідомлюють, що вони не намагаються замінити чи затьмарити країну-члена, а надати додаткову цінність та об'єднати зусилля. Як наслідок, деякі делегати заявили, що голова делегації у своїй діяльності публічної дипломатії чітко представляє ЄС як поєднання інституцій ЄС та країн-членів і нагадує, що бюджет ЄС надходить від його членів, кажучи, що це «заслуговує на визнання приймаючих країн». Цю оцінку поділяв посол КЧ, який базується в тій же країні.

Було також зазначено, що факт наявності меншої кількості країн-членів ЄС у країні сприяє спільній діяльності публічної дипломатії, особливо якщо нинішні країни-члени відомі тим, що мають послів ЄС, які бажають об'єднати зусилля. Хоча кожне посольство країн-членів отримує інструкції зі свого власного штабу, багато країн-членів прагнуть показати, що «ми єдина Європа» і що ЄС «це більше, ніж сума його частин». Підводячи підсумок, можна помітити, що тенденції до співробітництва наростають, закладаючи основу для того, що може стати плідною співпраці, яка призведе до міцного іміджу ЄС та його країн-членів у світі. Схоже, що делегації готові співпрацювати та об'єднувати зусилля, хоча і тримаються на здоровій дистанції від відмови від власних пріоритетів. У цьому сенсі відображається загальний статус-кво у більшості зовнішньополітичних питань, при цьому ЄС зазвичай відіграє допоміжну роль відповідно до принципу субсидіарності, хоча деякі наднаціональні тенденції можна виявити.

Представництва ЄС у міжнародних організаціях, схоже, відстають у тенденції зростання співпраці з державами-членами щодо питань публічної дипломатії, що може бути пов'язано з обмеженими ресурсами обох сторін. Дуже показово, що одне представництво КЧ у міжнародній організації заявило, що правильне інтерв'ю на цю

тему може не виявитися корисним, оскільки такого співробітництва між Представництвом ЄС та посольствами КЧ немає, принаймні, у відповідній організації. Це підтвердило Представництво ЄС в іншій багатосторонній організації, хоча і в ослабленій формі, заявивши, що існує невеликий ступінь співпраці, коли йдеться про спільну організацію заходів. Іноді буває також випадкова співпраця, якщо держава-член має особливе занепокоєння в міжнародній організації, яку охоплює представництво ЄС, так що вони збираються для кількох заходів на (високо вибірковій) основі кожного окремого випадку [63].

2.2. Формування ідентичності публічної дипломатії в країнах ЄС

У літературі різняться тлумачення взаємозв'язку публічної дипломатія, як специфічної зовнішньополітичної практики, та формування ідентичності. Гувей стверджує, що термін публічна дипломатія був придуманий у 1960-х роках і використовувався багатьма країнами, такими як Сполучені Штати та Великобританія; він визначає це як зусилля держави спілкуватися з іноземною громадськістю та взаємодіяти з ними. Публічну дипломатії часто пов'язують із інформаційними та комунікаційними стратегіями, які він називає інфополітикою, а також із освітою та культурною діяльністю, як-от міжкультурні діалоги. За його словами, ЄС, як і будь-яка інша держава чи наддержавний актор повинен відобразити власну природу через проекцію вільної та неупередженої інформації. Він додає, що цілий ряд факторів сприяє європейській активності в цій сфері. Сюди входять унікальні глобальні, культурні, діаспорні та колоніальні зв'язки Європи, існування ширшого кола друзів, неперевершений внесок Європи в закордонну допомогу у всьому світі [35, с. 14].

Девіс Крос стверджував, що публічна дипломатія включає: передачу наративів, які втілюють ключові норми про суспільство. Наративи публічної дипломатія набувають легітимності, коли вони випливають із справжньої особистості залучених людей. Наративи визначаються як історія «тимчасового характеру людського досвіду», а норми визначаються як укорінені переконання щодо належної та

невідповідної поведінки законна та надійна стратегія публічної дипломатії можлива лише в тому випадку, якщо вона безпосередньо відображає ідентичність людей».

Ця концептуалізація розглядає ідентичність як щось, що існує «там» і що може бути представлено та відображено в наративах публічної дипломатії. Терміни (ідентичності, наративи та норми) є корисними для розуміння того, що робить EUPD, тобто його продуктивний вимір, але ми стверджуємо, що відносини між ними слід змінити. Замість того, щоб бути продуктом раніше існуючих норм та ідентичностей, наративи щодо публічної дипломатії слід розуміти як практики, до яких ЄС бере участь, щоб створити свою ідентичність, і слід приділяти наголос відносинам влади, які вплутуються в ці взаємодії.

З конструктивістської точки зору дотримуються Расмуссен, який приймає основу теорії дискурсу та концептуалізує EUPD як «встановлення ідентичності ЄС як актора та вплив на іноземні концепції інших дискурсивних елементів, таких як демократія, права людини, зміна клімату». Інші роботи також визнають, що публічна дипломатія є практикою формування ідентичності. Дюк сприймає публічну дипломатію як спосіб для певного актора представляти образ себе, який він хоче показати на вітчизняну та іноземну аудиторію. У випадку європейської аудиторії цілі розуміють як покращення іміджу ЄС в очах європейців, щоб спробувати виховати та зміцнити дану ідентичність, щоб забезпечити легітимність його внутрішньої та зовнішньої політики та самого свого існування. Що стосується іноземної аудиторії, головною метою було б спроектувати позитивний імідж, щоб зробити іноземну громадську думку більш сприйнятливою до ідей ЄС, що перегукується з визначенням ЄС щодо ініціатив публічної дипломатії, зазначеними вище. Хоча, історично, EUPD була в першу чергу спрямована всередину, як частина процесу побудови ідентичності, оскільки вона інституціонізувала свої зовнішні відносини, особливо після Лісабонського договору та створення Європейської служби зовнішніх дій (EEAS), її зовнішні аспекти стали більш важливим [36, с. 55].

Дюк стверджує, що внутрішньо сконструйована ідентичність експортується та використовується назовні. Внутрішній і міжнародний виміри взаємно підсилюють

один одного, що розкриває «міжнародну» природу публічної дипломатії ЄС. За словами Дюка, таким чином, легітимність внутрішньої побудови ідентичності, прийняття норм і консенсус навколо наративу зробить багато для визначення легітимності зовнішньої публічної дипломатії як для громадян ЄС (які бажають бачити відображення себе), так і для третіх сторін (які бажають побачити чесноти європейського прикладу відображені щодо себе).

Таким чином, ці автори не обізнані про конститутивність ідентичності та зовнішньополітичних практик, які просуваються постструктуралістськими інтерпретаціями. Проте вони недостатньо підкреслюють наслідки таких процесів формування ідентичності для третіх країн або те, як вони санкціонують певні відносини влади.

Чого не вистачає в цих звітах, так це визнання продуктивного виміру EUPD та обговорення того, як такі процеси побудови ідентичності санкціонують певні відносини влади. Можна багато чого отримати з постструктуралістської літератури щодо спільного конституювання ідентичності та зовнішньої політики та їх наслідків. Дискурсивні практики, такі як публічна дипломатія, допомагають визначити суб'єктів, яким дозволено говорити та діяти, а також аудиторію, перед якою вони говорять, як громадськість країн, що не входять до ЄС, так і громадян ЄС, дисциплінуючи або маргіналізуючи певні групи чи способи дій [55].

2.3. Продуктивні наслідки публічної дипломатії ЄС

Мовний поворот в теорії розгалужений до аналізу зовнішньої політики ЄС. Було використано чотири широкі підходи: інтерпретативний конструктивізм, постструктуралізм, дискурсивний інституціоналізм та критичний аналіз дискурсу.

Ми розуміємо дискурси як історично, соціально та інституційно специфічні структури висловлювань, термінів, категорій та переконань, комплекс ідей, концепцій та категорій, сайт, де виробляється та поширюється сенс. Значення виникають із відносин між означаючими, або знаки, що посилаються на знаки, що

відносяться до знаків» сказав Вевер і від утворення мовних ланцюжків, які також відносяться до інших означаючих ланцюжків. Значення, таким чином, впливає не з притаманного відношенню слова та об'єкта або між означаючим і означуваним, а з умовного відношення між означаючими (чи знаками). Оскільки зв'язки між словами ніколи не даються раз і назавжди, комбінація означаючих може в принципі створити нескінченну кількість означень. Це означає, що неможливо закрити значення: системи позначення ніколи повністю не закриваються і не стають на свої місця - вони завжди зберігають парадокси, відкриті кінці та неможливості [21, с. 31].

Проте політичні та соціальні діячі намагаються закріпити значення ланцюгів означення через вузлові точки: слова, терміни або фрази, які намагаються скріпити групи слів разом у змістовні наратив. Через вузлові точки значення досягають (часткової) стабільності.

Таким чином, ідентичності виробляються мовними ресурсами. Але вони також продукуються репертуарами дії, або практики: втілені, матеріально опосередковані масиви людської діяльності, централізовано організовані навколо спільного практичного розуміння. У цьому сенсі дискурси не слід сприймати як синоніми «текстів» або виключно лінгвістичні: вони включають інститути, знання та практики; вони вбудовані в дії, суттєвість та інститути. Дискурси та практики, мовне й немовне, ідейне й матеріальне, слід розглядати не як суворо окремі категорії, а як «тісно пов'язані і взаємно конститутивні», оскільки кожна дискурсивна структура має матеріальний характер. Матеріальність набуває значення через дискурс; дискурси мають матеріальні наслідки, оскільки те, що говорять про об'єкти, тісно пов'язано з тим, що з ними робиться; і матеріальні соціальні практики також є місцями, де виробляються значення. Таким чином, те, що ми зазвичай вважаємо «соціальними матеріальними практиками» або «політикою», також залучено до формування сенсу. Тому ми можемо думати про дискурс як про ансамблі мовних елементів – репрезентацій, наративів, висловлювань, слів, термінів, фраз, знаків, означників, категорій, понять – та немовних (матеріальних соціальних) практик, які є спільно конституованими та історично контингент, завдяки якому виробляються значення,

формуються ідентичності, встановлюються соціальні відносини, а політичні та етичні результати стають більш-менш можливими [58].

ЄС стає можливим завдяки широкому спектру дискурсивних текстів або наративів, таких як договори, декларації, звіти, виступи його представників, і практики, такі як EUPD, Common Foreign і Політика безпеки (CFSP), Спільна політика оборони та безпеки (CDSB), Європейська політика сусідства (ЄПС), розширення, стратегічне партнерство тощо. Дискурсивні практики EUPD не лише прагнуть збільшити вплив ЄС (за кордоном) та легітимність (всередині країни), вони мають продуктивну силу. Дискурси продуктивні в тому, що вони визначають і конституують суб'єкти, об'єкти та відносини між ними; обрамляють об'єкти та суб'єкти певним чином, обмежуючи можливості дій щодо них і нормалізувати певні способи буття та дії. Таким чином, дискурси дозволяють, санкціонують та направляють певні напрямки дій і, водночас, обмежують, маргіналізують, виключають і замовчують альтернативні розуміння та вибір політики, інші способи мислення та дії.

Те, що ми вважаємо природним, очевидним, прийнятим як належне або здоровим глуздом, виникає, коли зупиняється нескінченний потік значення і досягається часткова фіксація у вузлових точках. Коли дискурс стає домінуючим, ми бачимо поступове осідання, в якому окремі конфігурації значень були запечатані, а інші виключені. Домінуючі дискурси допомагають легітимізувати і підтримувати, зміцнювати, зберігати або розширювати набір владних відносин, позицій і політики [15, с. 9].

Наступний розділ аналізує EUPD у світлі розробленого тут підходу до аналізу постструктуралістського дискурсу. З точки зору методології, цей підхід передбачає виявлення відносин між елементами, що входять до системи знаків, і опозицій, які структурують дискурс і встановлюють ієрархічні відносини між елементами. Ми відображаємо структури значень, які керують відносинами між суб'єктом (ЄС) та об'єктами (треті країни), а також бінарні опозиції та ієрархії, встановлені кількома текстами ЄС, які, як ми стверджуємо, сприяють зусиллям EUPD. Ми розрізняємо

повтори, помітність певних тем і термінів, а також відзначаємо пропуски. Ми помічаємо наголос і мовчання, те, що сказано, а що не сказано, що включено, а що опущено, привілеювання термінів, слів, фраз і розуміння над іншими, а також політичні наслідки повторів і пропусків, розуміючи, як певні напрямки дій визначаються як можливі, адекватні та прийнятні, а інші стають непрактичними та немислимими.

Що стосується відбору, то обрані тексти, які безпосередньо стосуються EUPD, наприклад, стратегію ЄС щодо міжнародних культурних відносин (Європейська комісія 2016 рік), Новий наратив для Європи (Європейська комісія 2014 рік) та Посібник із комунікації та наочності для зовнішніх дій Європейського Союзу (Європейська комісія 2010 рік), а також тексти зовнішньої політики ЄС, які література вважає ключовими, наприклад, Глобальна стратегія ЄС (Глобальна стратегія Європейського Союзу 2016 рік) і Європейська стратегія безпеки (2003 рік). Останні були включені, оскільки вони створили основу для заяв EUPD. Зусилля публічної дипломатії набувають сенсу в контексті, який складається з текстів, які були перед ними, будь то офіційні тексти ЄС або деяка академічна література про ЄС, яка перегукується з власними дискурсивними артикуляціями Союзу, які ми також включили сюди. Коли академічні дискурси повторюють наративи ЄС, вони (ненавмисно) можуть допомогти відкладати та закріпити певні конфігурації сенсу щодо ЄС [22, с. 255-256].

РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЯ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ МЗС УКРАЇНИ

Міжнародний імідж і репутація країни – це низка факторів, які визначають її сприйняття у світі через призму ідеалів і цінностей, реальність політичних систем, соціально-економічних моделей, її позиціонування на міжнародній арені. Формування позитивного погляду на Україну вимагає скоординованої державної політики для систематичного та проактивного поширення власного нарративу, використовуючи всі доступні форми комунікації.

Публічна дипломатія є невід'ємною частиною національної стратегічної комунікації. Публічна дипломатія – це система заходів, за допомогою яких країна спілкується з громадськістю інших країн і впливає на формування громадської думки в інших країнах для просування своїх національних інтересів та досягнення зовнішньополітичних цілей. Інструменти публічної дипломатії можуть значно розширити аудиторію, налагодити нові партнерські стосунки та залучити представників із секторів, які не входять до сфери впливу офіційної влади (НУО, бізнес, аналітичні центри, навчальні заклади, молодь, лідери думок та інші).

Глобалізація, розвиток цифрових технологій, широке використання соціальних мереж, прискорена віртуалізація світу через пандемію COVID-19 та швидке поширення інформації створили нові вимоги до публічної дипломатії. У цьому контексті значно зростає роль медіа та цифрових технологій у формуванні іміджу країни. Існує також ширший спектр недержавних суб'єктів, які допомагають державам у просуванні національних інтересів та позитивного сприйняття держав за кордоном. Неурядові організації, приватні компанії та міжнародні організації стають активними учасниками публічної дипломатії. Для ефективного досягнення цілей публічної дипломатії держава активно співпрацює з представниками приватного сектора в публічній дипломатії.

Функція публічної дипломатії полягає у налагодженні діалогу між націями та людьми, беручи до уваги різноманітність національних та глобальних аудиторій, а також сприяти «людській взаємодії» між людьми, що особливо важливо в епоху

широкого використання цифрових інструментів та соціальні мережі. Публічна дипломатія також є інструментом для посилення національної стійкості та боротьби з гібридними загрозами, дезінформацією та фейками.

Публічна дипломатія в МЗС зосереджується на сучасних підходах, які надають пріоритет діалогу, міжкультурним відносинам, міжособистісній взаємодії та взаємодії з іноземною аудиторією.

У стратегії термін «публічна дипломатія» використовується як стратегічний напрямок для співробітників Міністерства закордонних справ України, Українського дипломатичного корпусу та Українського інституту для забезпечення комунікації та взаємодії з громадянами інших держав, формування громадської думки, довіри та взаєморозуміння на користь України, а також для просування національних інтересів та досягнення зовнішньополітичних цілей України.

У контексті цієї стратегії основним органом публічної дипломатії є апарати МЗС, ЗДУ та УІ. До реалізації стратегії створення загального позитивного іміджу України у світі можуть бути залучені й недержавні суб'єкти публічної дипломатії [11, с. 22].

3.1. Ключові напрямки та принципи публічної дипломатії МЗС України

Основними напрямами публічної дипломатії є культурна, економічна, експертна, кулінарна, науково-освітня, спортивна та цифрова дипломатія. Реалізація цієї стратегії вимагає збалансованого планування та реалізації проектів і заходів у сфері публічної дипломатії, а не лише на основі культурно-гуманітарного співробітництва та розвитку міжкультурних відносин з іншими країнами.

Серед іншого, культурні та експертні дипломатичні інструменти використовуються для пропаганди російської агресії (включаючи окупацію, порушення прав людини, дезінформацію тощо) проти політиків, державних службовців, експертів та науковців із зарубіжних країн, міжнародних організацій тощо [48].

Культурна дипломатія є одним із напрямків публічної дипломатії та політики м'якої сили, спрямованої на підвищення обізнаності України та її культурного розмаїття, формування позитивного ставлення до України серед громадян інших країн. Як напрям зовнішньої політики культурна дипломатія може сприяти розвитку та обміну досягненнями та досвідом країни в культурній сфері з громадянами інших країн, щоб отримати краще розуміння та довіру.

Робочі виміри публічної дипломатії у сфері культурної дипломатії включають:

1. Пропагування сучасного українського кінематографа, зокрема участь українських фільмів у міжнародних кінофестивалях.

2. Пропагування сучасної, класичної та популярної української музики, просування міжнародних спільних проектів.

3. Пропагування сучасного українського театру та сценічного мистецтва, особливо через участь у міжнародних театральних фестивалях.

4. Пропагувати українську сучасну літературу, сприяти участі України у провідних міжнародних книжкових виставках, сприяти перекладам і виданням українських письменників за кордоном.

5. Сприяння у виданні проектів книг та брошур іноземними мовами для популяризації історії та сучасного становища України.

6. Пропагування українського класичного та сучасного візуального мистецтва, особливо за допомогою закордонних виставкових проектів, мистецьких обмінів та співпраці.

7. Сприяти просуванню українських креативних індустрій, зокрема дизайну, моди, архітектури тощо.

8. Демонструвати різноманітність українського мистецтва, особливо української культури та мистецтва на міжнародних фестивалях, форумах, конференціях.

9. Сприяння міжнародним науковим проектам у галузі культури та мистецтва, заохочення іноземних фахівців до вивчення української культури.

10. Пропагування української культурної спадщини.

11. Всесвітня популярність української мови.

12. Просування проектів для представників корінних народів та меншин у сфері культури та мистецтва.

Український дипломатичний корпус перебуває у тісній координації та співпраці з Українським інститутом та іншими державними установами, зокрема Міністерством культури та інформаційної політики, Українським культурним фондом (УКФ), Державним агентством України з питань кіно (Державне кіно), Українське державне агентство мистецтв і художньої освіти (Державне мистецтво), Український бібліотечний інститут (УІК), Український національний меморіальний інститут (УНМП) тощо, заклади культури, громадські організації та асоціації.

Український інститут здійснює свою програмну та проектну діяльність відповідно до стратегії Українського інституту на 2020-2024 роки для досягнення таких стратегічних цілей:

1. Підвищити знання та поінформованість про Україну серед іноземної аудиторії.
2. Забезпечити безперервний запит на експертну співпрацю з Україною.
3. Посилення спроможності української культури, освіти, науки та громадянського суспільства до участі в міжнародному співробітництві.
4. Посилення участі України в сучасних світових культурних процесах.
5. Розширити вживання української мови у всьому світі.

Економічна дипломатія є самостійною сферою діяльності Міністерства закордонних справ України. У контексті стратегії публічної дипломатії Міністерства закордонних справ ця робота спрямована лише на популяризацію та просування інвестиційного, туристичного та експортного потенціалу України за допомогою інструментів публічної дипломатії.

Вимірами роботи публічної дипломатії у сфері економічної дипломатії є:

1. Інформування міжнародної ділової спільноти та потенційних іноземних партнерів про інвестиції, експортні можливості, позитивні результати економічних реформ, покращення умов ведення бізнесу в Україні.

2. Проводити рекламні заходи та заходи, спрямовані на створення та підтримання позитивного туристичного іміджу країни, а також інші заходи, затверджені Загальною директивою Економіко-дипломатичного відділу ЗДУ.

У контексті цієї роботи очікується тісна координація та співпраця між ЗДУ та відповідними структурними підрозділами МЗС та Радою інвестицій та експортерів МЗС, Міністерство цифрової трансформації України, Управління залучення інвестицій та підтримки інвестицій України, Офіс просування експорту України тощо.

Експертна дипломатія – це галузь публічної дипломатії, сутністю якої є систематична співпраця з представниками експертних кіл, експертів та мереж, урядових та неурядових аналітичних центрів, національних та міжнародних асоціацій, відповідних академічних та науково-дослідних установ, консультантів та експертів через офіційні ради в країні та за кордоном, а також неформальні канали досягнення цілей зовнішньої політики країни.

Вимірами роботи публічної дипломатії у сфері експертної дипломатії є:

1. Організовувати зустрічі, експертні дискусії та інші заходи для донесення зовнішньополітичних меседжів та наративів.

2. Встановлювати відносини співпраці з провідними аналітичними центрами, науково-дослідними установами та навчальними закладами в країні та за кордоном.

3. Активне спілкування з іноземними журналістами, ЗМІ, блогерами та лідерами думок, щоб об'єктивно висвітлювати події в Україні та потенціал нашої країни.

Очікується, що в рамках цього напрямку роботи ЗДУ буде координувати та тісно співпрацювати з експертною спільнотою, громадськими організаціями, представниками Української дипломатичної академії при МЗС та відповідними інституційними підрозділами МЗС.

Кулінарна дипломатія – це напрям публічної дипломатії, що спрямований на формування позитивного іміджу країни у світі шляхом популяризації національної кухні, кулінарного мистецтва та місцевої кухні. Гастрономічна дипломатія стимулює

зовнішню торгівлю, продовольство та туризм, покращує інвестиційний клімат. Використання кулінарної спадщини сприятиме зміцненню позицій України на регіональному та міжнародному рівні.

Вимірами роботи публічної дипломатії у сфері кулінарної дипломатії є:

1. Брати участь у міжнародних фестивалях та виставках їжі.
2. Організація презентацій української кухні, українських вин та інших заходів для популяризації кулінарної спадщини.
3. Налагодити співпрацю між ЗДУ та першокласними кухарями та кулінарами України.
4. Проводити рекламні заходи щодо популяризації української кухні та пропагувати включення української кухні до нематеріальної спадщини ЮНЕСКО.
5. Пропагування сучасної української кухні та популяризація українських вин на дипломатичних прийомах, організованих Міністерством закордонних справ та ЗДУ.

Очікується, що в рамках реалізації цього напряму роботи ЗДУ буде координувати та тісно співпрацювати з представниками професійних кулінарних та кейтерингових середовищ та асоціацій.

Науково-освітня дипломатія – це сфера публічної дипломатії, яка допомагає будувати міцні партнерські відносини з іншими країнами або регіонами через обмін наукою та освітою; використовувати наукові досягнення для вирішення глобальних, регіональних і національних проблем; і приймати зовнішньополітичні рішення, які враховують реальні дані. Науково-освітня дипломатія також створює відповідні умови для міжнародного співробітництва в галузі освіти і науки.

Вимірами публічної дипломатії в галузі науки та освітньої дипломатії є:

1. Підвищити освітній потенціал України.
2. Сприяти залученню іноземних студентів до навчання в Україні.
3. Пропагувати Україну як країну, що сприяє розвитку світових талантів.
4. Пропагування українських науково-технічних досягнень.
5. Підтримка міжнародного співробітництва у сферах освіти та науки.

6. Сприяння спільним міжнародним дослідженням, науковим та освітнім обмінам, мобільності науковців та студентів [45].

У рамках його реалізації ЗДУ співпрацює з Міністерством освіти і науки України, НАН України, Академією меншин України, Національним центром міжнародної освіти України, Міжнародною школою України, українські університети та науково-дослідні установи, експертні організації та

Спортивна дипломатія – галузь публічної дипломатії, що здійснюється шляхом організації, проведення та участі в міжнародних спортивних подіях. Спортивні заходи – це майданчики для спілкування на всіх рівнях, у тому числі серед звичайних людей. Спортивні зв'язки вносять значний внесок у зміцнення міжкультурного діалогу та підвищення міжнародного престижу країни.

Очікується, що ЗДУ реалізовуватиме цей напрямок у тісній координації та співпраці з Міністерством молоді та спорту України, спортивними федераціями, Національними олімпійськими комітетами та міжнародними спортивними організаціями.

Цифрова дипломатія – це сфера публічної дипломатії, яка передбачає використання та взаємодію з цифровими технологіями та платформами для захисту національних інтересів. Професійне та системне використання соціальних мереж та цифрових платформ дозволяє налагоджувати пряме спілкування з іноземними громадянами з метою формування позитивного погляду на Україну.

Вимірами роботи публічної дипломатії у сфері цифрової дипломатії є:

1. Взаємодія з міжнародними цифровими платформами для підвищення позитивного іміджу України у світі та захисту національної безпеки.

2. Використовувати цифрові інструменти для організації заходів та проектів публічної дипломатії.

3. Використовувати потенціал соціальних мереж та взаємодії з онлайн-спільнотами для формування позитивного іміджу України та просування інтересів України у світі.

У зв'язку з цим ЗДУ тісно координує та співпрацює з представниками Міністерства цифрової трансформації України, представниками міжнародних цифрових платформ (зокрема Facebook, Google, Netflix, HBO та ін.) для реалізації цифрових проектів та просування діяльності в Україні.

Принципи публічної дипломатії. Діяльність Міністерства закордонних справ, ЗДУ та УІ у сфері публічної дипломатії ґрунтується на таких принципах:

1. Управління проектом: вся діяльність у сфері публічної дипломатії налагоджена відповідно до принципів проектного менеджменту, у тому числі – доцільності, лідерства, інтерактивності, динамічного планування, ефективності, оцінки ефективності, підзвітності, підконтрольності.

2. Інновації: дисципліна публічної дипломатії підтримує інноваційний розвиток та навчання і використовує нові технології та методи для підвищення ефективності своєї діяльності.

3. Повага до культурного різноманіття: тема публічної дипломатії враховує культурну ідентичність різних народів світу у своїй діяльності з метою захисту та розвитку культурного різноманіття від усіх форм дискримінації, ворожості та інших форм розмивання людського єдності.

4. Орієнтованість на людей: людина, її життя і права мають найвищу цінність.

5. Відповідальність: суб'єкт публічної дипломатії дотримується законів України та країни перебування, норм міжнародного права, загальноновизнаних норм етики [4, с. 8].

3.2. Мета, стратегічні цілі та завдання публічної дипломатії МЗС України

Стратегія публічної дипломатії Міністерства закордонних справ України є рамковим документом для розробки та реалізації заходів МЗС у сфері публічної дипломатії.

Метою Стратегії публічної дипломатії МЗС України є створення позитивного іміджу України у світі шляхом інституціоналізації та посилення функцій публічної

дипломатії Міністерства закордонних справ України, українського дипломатичного корпусу та Українського інституту.

Стратегія розрахована на 5 років – 2021-2025 роки. Річні плани дій, проекти та заходи, заплановані Міністерством закордонних справ України та українським дипломатичним корпусом, повинні відповідати стратегічним цілям і завданням стратегії.

Стратегія публічної дипломатії Міністерства закордонних справ враховує загрози та виклики, пов'язані з поглядом України на світ. Аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища базується на методі SWOT-аналізу, а також на даних соціологічних досліджень сприйняття України у світі.

Для стратегічних цілей та завдань можна визначити ключові сильні та слабкі сторони, загрози та можливості у SWOT-аналізі, що позначаються на формуванні позитивного іміджу України у світі (табл. 3.2.1).

Ключовим питанням формування позитивного іміджу України у світі є недостатня інформованість про Україну та стереотипність України через призму війни та окупації, корупції, бідності.

Дипломатія МЗС та довгострокові плани та кампанії щодо формування позитивного іміджу України у світі мають базуватися на аналітичних матеріалах та даних соціологічних досліджень. Розуміння сприйняття Україною ключових проблем, стереотипів та наративів у світі є ключем до ефективного планування довгострокових проектів та заходів публічної дипломатії. Опитування також є інструментом оцінки реалізації стратегії публічної дипломатії і має бути продовжене, особливо у стратегічній державі України [46].

SWOT-аналіз стратегії публічної дипломатії України

Сильні сторони	Слабкі сторони
<p>1. Природне та культурне розмаїття України.</p> <p>2. Велика історична спадщина.</p> <p>3. Велика площа і хороше географічне розташування.</p> <p>4. Освічені та талановиті люди.</p> <p>5. Наявність природних ресурсів.</p>	<p>1. Низька поінформованість у світі про Україну.</p> <p>2. Україні бракує стабільного іміджу та єдиного голосу за кордоном.</p> <p>3. Стереотипи про Україну через призму проблеми (війна, бідність, корупція, політична нестабільність).</p> <p>4. Спроможність органів державної влади є недостатньою для реалізації довгострокових проектів у сфері публічної дипломатії.</p> <p>5. Україна стурбована внутрішніми проблемами.</p>
Можливості	Загрози
<p>1. Цифрування та віртуалізація світу через пандемію.</p> <p>2. Європейська та євроатлантична інтеграція в Україні: законодавчі зміни, реформи, впровадження нового управління та ділової практики.</p> <p>3. Світова продовольча криза як можливість отримати для України статус гаранта глобальної продовольчої безпеки.</p>	<p>1. Дезінформаційні атаки та гібридні форми ведення війни з боку Російської Федерації.</p> <p>2. Висока конкуренція за увагу в міжнародному середовищі.</p>

Стратегічними цілями та завданнями публічної дипломатії Міністерства закордонних справ є:

Ціль 1. Світ знає більше про Україну.

Повинне бути підвищене визнання та краще розуміння України серед іноземної аудиторії. Завдання:

1. Забезпечити системну участь України в ключових культурах, світова економіка, наукова освіта, експерти та спортивні заходи.

2. Забезпечити представництво України на найбільших міжнародних цифрових платформах.

3. Забезпечити організацію поточних справ та поточних справ для популяризації України у світі.

4. Розробляти та реалізовувати плани розвитку туристичного, інвестиційного, експортного та науково-освітнього потенціалу, інтегруючи відповідні державні установи в мережу для обміну даними, знаннями, досвідом, прийняття рішень тощо.

Ціль 2. Україна розглядається у світі як демократична європейська країна і розглядає можливість стати повноправним членом Європейського Союзу та НАТО

Незважаючи на зовнішню агресію проти Росії, Україна відстоює свої європейські та євроатлантичні варіанти, бере участь у вирішенні глобальних проблем, ділиться досвідом у сферах, актуальних для міжнародної спільноти. Завдання:

1. Систематично передавати наратив про Україну як демократію, яка є невід'ємною частиною європейського політичного, економічного, культурного, освітнього та інформаційного простору.

2. Активно сприяти участі України в ініціативах, спрямованих на сприяння сталому людському розвитку в глобальних та регіональних рухах, особливо в рамках міжнародних організацій.

3. Активно просувати українську ініціативу на міжнародній арені.

4. Систематично повідомляти про прогрес реформ та позитивні внутрішні зміни в країні, незважаючи на збройну агресію проти України.

Завдання 3. Україна спирається на ефективну систему боротьби з шкідливими нарративами у своїй зовнішньополітичній діяльності.

Україна активно та успішно протистояла змішаним загрозам, дезінформації та фейкам з боку Російської Федерації, активно пропагувала свою ідентичність у світі.

Завдання:

1. Встановити механізми моніторингу, аналізу та реагування на атаки дезінформації.

2. Активно поширювати власний нарратив на найбільшій міжнародній інформаційній платформі та міжнародних ЗМІ.

3. Проводити міжнародні рекламні кампанії для боротьби з дезінформаційними кампаніями та нарративами.

4. Ініціювати багатосторонні форми співпраці у сфері боротьби з дезінформацією на регіональному та глобальному рівнях, обмінюватися досвідом боротьби з дезінформацією з партнерами [4, с. 10].

3.3. Національний бренд Ukraine Now, як основа стратегії МЗС України

Публічна дипломатія тісно пов'язана з формуванням національного бренду країни. Його головна мета – створення та демонстрація ідентичності та іміджу країни зовнішньому світу, а основні економічні цілі – залучення інвестицій та туристів, збільшення експорту й торгівлі, залучення талантів та робочої сили, посилення світового культурного впливу.

Для досягнення цілей публічної дипломатії та стратегічних цілей, викладених у попередніх розділах, важливо, щоб усі сторони, які беруть участь у формуванні позитивного іміджу України за кордоном, мали спільне бачення та використовували спільний нарратив та візуальну ідентичність, щоб представляти Україну у світі.

Єдиним національним візуальним брендом України є Ukraine Now, який був офіційно затверджений Урядом України 10 травня 2018 року. Це інструмент публічної дипломатії для представлення країни на міжнародній арені. Ukraine Now –

це зонтичний бренд, який можна розвивати та використовувати для різноманітних заходів. В основі філософії бренду лежить слово «зараз», яке наразі є найважливішим для українців та сучасних українців. Бренд призначений для використання державними органами та органами місцевого самоврядування, а також підприємствами та приватними особами.

Ідентичність бренду Ukraine Now, викладена у відповідному брендбуку, рекомендується використовувати в усіх іміджевих кампаніях та кампаніях Міністерства закордонних справ та розміщувати в супровідному контенті, що сприятиме розвитку національного бренду та підвищенню впізнаваності національного бренду.

Окрім єдиного візуального бренду, важливо було позиціонувати Україну за кордоном, використовуючи спільні характеристики та наративи, які були визначені в серії стратегічних та творчих зустрічей з експертами та експертами з різних галузей:

Україна:

1. Творча нація. Країна, повна талантів.
2. Інноваційна країна. Країна для ІТ, стартапів та цифрових рішень.
3. Відважна нація, де завжди перемагають свобода і гідність.
4. Країна з неймовірним природним різноманіттям.
5. Динамічна країна, яка швидко змінюється.

Наративи для позиціонування України:

1. Сучасна європейська країна з тисячолітньою історією, культурою та мистецтвом.
2. Хоробра і щира країна. Країна з сильними емоціями. Країна свободи і гідності.
3. Захисник світу. Україна на сторожі миру і спокою Європи.
4. Активно відкрита країна. Нація, яка перевищує очікування щодо людей, природи та можливостей.
5. Україна є гарантом світової продовольчої безпеки.

Враховуючи обмеженість ресурсів, «нішова» стратегія публічної дипломатії найкраще підходить для України. Це означає, що перевага або ніша, яку країна може зайняти завдяки своєму сприятливому географічному положенню, досвіду в певній галузі або унікальному продукту, може бути корисним і творчим рішенням для світу. Ці сильні сторони України полягають у її сільськогосподарському потенціалі, її інформаційних технологіях та креативному потенціалі, а також у її досвіді боротьби зі змішаними загрозами.

Завдяки чіткому розумінню та сегментації цільової аудиторії, оптимізації розповсюдження каналів та використанню відповідних інструментів імідж України у світі можна ефективно просувати. Корпоративні практики, зокрема зв'язки з громадськістю та маркетинг, виявилися ефективними в публічній дипломатії, і їх слід активно використовувати [41].

Основними об'єктами публічної дипломатії є іноземні громадяни, а саме:

1. Туристи.
2. Активна молодь.
3. Студенти.
4. Бізнесмени та інвестори.
5. Представники креативних і культурних індустрій.
6. Журналісти, блогери та лідери думок.
7. Вчені та експерти.

Розуміння цільової аудиторії, її потреб та очікувань є ключовим фактором успішної реалізації програм та кампаній публічної дипломатії. Важливо працювати з лідерами думок – вони мають гарні зв'язки, і люди їх слухають. Це можуть бути блогери, знаменитості, журналісти.

Важливою цільовою аудиторією є іноземні журналісти. Підтримка ефективних робочих стосунків з ними є важливою частиною роботи керівників українського дипломатичного корпусу та працівників, які відповідають за публічну дипломатію. Формувати дружнє коло журналістів ЗДУ допоможуть такі форми співпраці з ними, як прес-сніданки, неформальні зустрічі, прес-конференції та інтерв'ю.

Стратегія публічної дипломатії Міністерства закордонних справ є першою у своєму роді. Цей документ, поставив перед собою амбітну мету – підняти зусилля на стратегічний рівень для створення позитивного іміджу України у світі.

На імідж та репутацію країни впливають не лише інструменти публічної дипломатії. Публічна дипломатія є лише однією складовою національної стратегічної комунікації, а процес створення позитивного іміджу України у світі потребує тісної координації з усіма відповідними інституціями, як державними, так і недержавними.

Щоб більше знати про Україну у світі, усі зусилля в цій сфері мають бути системними та скоординованими. Тому стратегія приділяє особливу увагу важливості використання брендингу та наративів «Ukraine Now» для більш чіткого уявлення про місце України у світі. Стратегія в основному розроблена для працівників МЗС, українського дипломатичного корпусу та Українського інституту [44].

ВИСНОВКИ

1. У сучасних реаліях публічну дипломатію можна визначити як багатогранну діяльність суб'єктів міжнародних відносин (держав, міжнародних урядових організацій, впливових неурядових організацій) для досягнення національних інтересів держави або пріоритетних інтересів іншого міжнародного актора, яка не спрямована на інших подібних суб'єктах, а також передбачає вплив і взаємодію з різними зовнішніми цільовими аудиторіями громадськості за межами держави чи організації. Українське слово «публічна дипломатія» є найкращим відповідником англійського «public diplomacy», що вказує на нерозривний зв'язок цього явища зі сферою зв'язків з громадськістю та дозволяє розвивати вітчизняні дослідження відповідно до західних наукових методів та сучасних тенденцій в публічній дипломатії.

На цьому етапі дистанція між публічною дипломатією та пропагандою ще більше зростає, на відміну від епохи холодної війни, коли різниця між ними не очевидна. Сьогодні публічна дипломатія спрямована на вирішення стратегічної мети побудови національної м'якої сили шляхом підвищення привабливості основних ідей і цінностей, формування позитивного іміджу та розвитку багаторівневої мережі відносин, заснованих на взаємній вигоді та співпраці. Ці характеристики несумісні з пропагандою, але водночас роблять публічну дипломатію легітимним інструментом політики поширення демократії, розбудови громадянського суспільства та захисту прав і свобод людини за кордоном.

Завдання публічної дипломатії залежать від зовнішньополітичних пріоритетів її суб'єктів, які в різних контекстах включають: пропаганду перед іноземною аудиторією, формування власного іміджу, опір ворожій пропаганді, поширення національної культури, способу життя та ідей. Якщо публічна дипломатія формується на основі ідей і цінностей, які приваблюють інших, і відповідає політичній культурі та ідеологічним особливостям народу країни, то через публічну дипломатію можна досягти стратегічних цілей.

2. Спираючись на постструктуралістські уявлення, проаналізовано спільну конституцію ідентичності ЄС та публічної дипломатії. Відтворення ієрархізованих ідентичностей може санкціонувати встановлення конкретних відносин влади та курсів дій, обмежуючи альтернативні можливості.

Регулярне відтворення цих трьох дискурсивних артикуляцій є спробами зафіксувати значення ідентичності ЄС, а також містити альтернативні репрезентації та практики. ЄС представляється як зона миру, процвітання та демократії з фундаментальними цінностями, які мають поширюватися на всіх задля загального блага інших регіонів; модель, яка, незважаючи на кризи, залишається джерелом натхнення для інших і добробуту для своїх громадян. Повторення цих дискурсивних практик сприяє встановленню та стабілізації суб'єктів та об'єктів, відносин між ними, способів буття та дії. Об'єкти зображуються як одержувачі норм, цінностей і досвіду ЄС, а відносини як односпрямовані: ЄС дає, інші отримують. Завдяки цьому процесу насильство можна забути або приглушити, а відносини влади можуть бути запроваджені.

3. Українська публічна дипломатія перебуває на початковій стадії розвитку, а цілі підвищення обізнаності та покращення іміджу нашої країни з економічною користю розрізнені, без єдиної ідеологічної та ціннісної бази. Інші проблеми включають відсутність узгоджених стратегічних та професійних структур у сфері, надзвичайно низький рівень державного фінансування, низьку якість реалізації проектів та слабкі зв'язки між такою діяльністю та неурядовим сектором.

Тому, враховуючи трансформацію публічної дипломатії в сучасному світі, вона є важливим чинником, що вносить вклад у стратегію Міністерства закордонних справ України. Використання західними країнами та установами інструментів публічної дипломатії сприятиме підвищенню ефективності їхніх комунікаційних стратегій в Україні та виправленню їхніх недоліків. Формування та розвиток ефективної української публічної дипломатії можливе лише навколо загальнолюдських і близькоукраїнських ідеалів свободи та демократії, які допоможуть державі та

суспільству гармонійно розвиватися у взаємовигідних відносинах із закордонними партнерами.

4. Серед численних можливостей та перспектив української публічної дипломатії на початку 2020-х років її можна поділити на три основні напрямки, враховуючи поетапну реалізацію стратегічних переваг, простежуючи основні напрями роботи в контекст сучасної української трансформації та світові тенденції. Перш за все, це покращення іміджу України за кордоном. По-друге, він має на меті визнати розкриття унікальності країни, пояснити, що саме створює українську індивідуальність. По-третє, створити позитивний наратив про Україну, тобто розповісти світові про її сильні сторони та переваги: мужність, новаторство, витривалість, демократичність суспільства, національний форпост європейської безпеки. Дослідження даної тематики насамперед дає системну теоретичну основу. Бачення наукової перспективи – подальше вивчення можливостей української публічної дипломатії з більш практичним ухилом, наприклад, розробка ситуативних підходів до публічної дипломатії, вирішення міжнародних новин та медіа-тем.

Використання бренду створить гарний імідж України, її громадян, зовнішньої та внутрішньої політики, культурних цінностей, змінить уявлення про Україну та українців у глобальному плані, представивши Україну як відкриту та сучасну країну з європейськими цінностями.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гавриленко І. Особливості здійснення публічної та культурної дипломатії США. Київ: Либідь, 2016. 35 с.
2. Гуцал С. Публічна дипломатія та стратегічні комунікації: концептуальні засади їх взаємозв'язку та взаємодії. Київ: Академвидав, 2016. 182 с.
3. Земзюліна Н., Захарченко М. Інституалізація публічної дипломатії: світовий та український досвід. Київ: Либідь, 2021. 97 с.
4. Кулеба Д. Стратегія публічної дипломатії Міністерства Закордонних Справ України. Київ: МЗС України, 2021. 17 с.
5. Піпченко Н., Макаренко Є., Рижков М. Цифрова дипломатія. Київ: ВАДЕКС, 2019. 318 с.
6. Рижков М.М., Добржанська О.Л., Литвиненко Н.П., Панченко Ж.О. Інформаційні ресурси державної ідентичності. Київ: Центр вільної преси, 2012. 399 с.
7. Сухорольська І. Громадська дипломатія як чинник демократизації політичної системи України. Львів: Літопис, 2015. 135 с.
8. Трофименко М. Публічна дипломатія ЄС. Маріуполь: Маріупольський державний університет, 2015. 385 с.
9. Трофименко М. Трансформація публічної дипломатії Європейського Союзу в умовах глобалізації. Маріуполь: Маріупольський державний університет, 2012. 85 с.
10. Чабан А. Дипломатичний протокол та етикет. Черкаси: Кроус, 2017. 132 с.
11. Черненко Т. Сучасний вимір публічної дипломатії в системі стратегічних комунікацій. Київ: Академвидав, 2016. 25 с.
12. Abratis J. The Role of EU Delegations in Public Diplomacy. Denmark: European University, 2020. 60 с.
13. Baumler B. EU Public Diplomacy: Adapting to an Ever-Changing World. Los Angeles: Figueroa Press, 2019. 56 с.
14. Chahine J. Public diplomacy: a conceptual framework. Montreal: McGill University, 2010. 320 с.

15. Duke S. *The European External Action Service and Public Diplomacy*. Hague: Netherlands Institute of International Relations 'Clingendael', 2013. 44 c.
16. Elgström O., Chaban N. *A Perceptual Approach to EU Public Diplomacy: Investigating Collaborative Diplomacy in EU-Ukraine Relations*. Hague: Brill | Nijhoff, 2020. 516 c.
17. Galal I. *The History and Future of US Public Diplomacy*. Cairo: The American University in Cairo, 2006. 70 c.
18. Gilboa E. *Searching for a Theory of Public Diplomacy*. New York: Sage Publication, 2008. 77 c.
19. Hans N. Tuch. *Communicating with the World*. New York: Palgrave Macmillan, 1990. 224 c.
20. Helmers H. *Public Diplomacy in Early Modern Europe*. Amsterdam: University of Amsterdam, 2016. 401 c.
21. Huijgh E. *Public Diplomacy's Domestic Dimension in the European Union*. Berlin: European University, 2015. 45 c.
22. K. Davis Cross M. *The Public Diplomacy Role of the EEAS: Crafting a Resilient Image for Europe*. Paris: The European External Action Service, 2015. 341 c.
23. Krasnodebska M. *The Ukraine Crisis as an Unintended Consequence of the EU's Public Diplomacy*. Cambridge: University of Cambridge, 2010. 176 c.
24. Leonard M. *Public Diplomacy*. London: The Foreign Policy Centre, 2002. 101 c.
25. Lynch D. *Communicating Europe to the world: what public diplomacy for the EU?* Paris: The Future of CFSP, 2005. 36 c.
26. Manners I., Whitman R. *Normative Power and the Future of EU Public Diplomacy*. New York: Palgrave Macmillan, 2015. 515 c.
27. Melissen J. *Beyond the New Public Diplomacy*. Hague: Netherlands Institute of International Relations, 2011. 55 c.
28. Melissen J. *The New Public Diplomacy*. London: Palgrave Macmillan, 2005. 221 c.

29. Melissen J. The Oxford Handbook of Modern Diplomacy. London: Oxford, 2013. 441 c.
30. Michael R. Crow. U.S. Public Diplomacy Strategy in Light of a Directional, Elite-Oriented Model and Two Historical Cases. Brunswick Maine: Bowdoin College, 2002. 105 c.
31. Nicholas J. Cull. Public Diplomacy: Lessons from the Past. Los Angeles: FIGUEROA PRESS, 2009. 63 c.
32. Nicholas J. Cull. Public Diplomacy: Taxonomies and Histories. New-York: American Academy of Political and Social Science, 2008. 215 c.
33. Nye J. Public Diplomacy and Soft Power. Cambridge: Harvard University, 2008. 109 c.
34. Plavšak K. K. Public diplomacy: basic concepts and trends. Ljubljana: Teorija in praksa, 2004. 30 c.
35. Rasmussen S. Discourse Analysis of EU Public Diplomacy Messages and Practices. Amsterdam: Netherlands Institute of International Relations, 2009. 41 c.
36. Revelasb K. The conceptual dimensions of EU public diplomacy. Brussels: Brill, 2022. 67 c.
37. Ryniejska M. Cultural Diplomacy as a Form of International Communication. Wrocław: University of Wrocław, 2010. 65 c.
38. Saliu H. The Evolution of the Concept of Public Diplomacy from the Perspective of Communication Stakeholders. Pristina, Kosino: AAB college, 2020. 196 c.
39. Saliu H. The specifics and complexity of EU public diplomacy. Pristina, Kosino: AAB college, 2021. 215 c.
40. Snow N. Routledge Handbook of Public Diplomacy. New York: Routledge, 2008. 404 c.

Електронні ресурси:

41. Бренд Ukraine NOW. Дипломатія: веб-сайт. 2020. URL: <https://ain.ua/ru/2020/09/10/brend-ukraine-now-ne-budut-menyat-kommentarij-ofisa-prezidenta/> (дата звернення 09.03.2022).

42. В Україні з'явився новий рекламний бренд: реакція соцмереж. Дипломатія: веб-сайт. 2018. URL: <https://ru.slovoidilo.ua/2018/05/10/obzor/obshhestvo/ukrainy-royavilsya-novuj-reklamnyj-brend-reakciya-soczsetej> (дата звернення 17.03.2022).

43. Використовуйте бренд Ukraine NOW для популяризації України у світі. Дипломатія: веб-сайт. 2020. URL: <http://vn.dsp.gov.ua/novini-upravlinnya/vikoristovuyte-brend-ukraine/> (дата звернення 12.03.2022).

44. Володимир Зеленський перезапускає бренд України Ukraine NOW. Дипломатія: веб-сайт. 2020. URL: <https://www.president.gov.ua/news/volodimir-zelenskij-perezapuskaye-brend-ukrayini-ukraine-now-62997> (дата звернення 20.03.2022).

45. Вперше в історії України: Міністерство закордонних справ України ухвалило стратегію публічної дипломатії. Дипломатія: веб-сайт. 2021. URL: <https://lpnu.ua/news/vpershe-v-istorii-ukrainy-mzs-ukhvalylo-strategiiu-publichnoi-dyplomatii> (дата звернення 21.03.2022).

46. Кулеба представив першу Стратегію публічної дипломатії МЗС України та назвав сім її напрямів. Дипломатія: веб-сайт. 2021. URL: <https://detector.media/infospace/article/186390/2021-03-26-kuleba-predstavyyv-pershu-strategiyu-publichnoi-dyplomatii-mzs-ukrainy-ta-nazvav-sim-ii-napryamiv/> (дата звернення 21.03.2022).

47. Презентовано новий бренд України — Ukraine Now. Дипломатія: веб-сайт. 2018. URL: <https://telegraf.design/news/prezentovano-novij-brend-ukrayini-ukraine-now/> (дата звернення 11.03.2022).

48. Публічна дипломатія в українському контексті: як освоювали «terra incognita». Дипломатія: веб-сайт. 2019. URL: <http://prismua.org.tilda.ws/publicdiplomacyukraine> (дата звернення 04.03.2022).

49. Публічна дипломатія. Дипломатія: веб-сайт. 2019. URL: http://fpp.com.ua/zagalna_info/publiczna-diplomatiya/ (дата звернення 05.03.2022).

50. Стан впровадження публічної дипломатії як складової системи стратегічних комунікацій. Дипломатія: веб-сайт. 2021. URL:

<https://niss.gov.ua/doslidzhennya/natsionalna-bezpeka/stan-vprovadzhennya-publichnoyi-dyplomatiyi-yak-skladovoyi> (дата звернення 27.03.2022).

51. Ухвалено першу в історії України Стратегію публічної дипломатії – МЗС. Дипломатія: веб-сайт. 2019. URL: <https://armyinform.com.ua/2021/03/26/uhvaleno-pershu-v-istoriyi-ukrayiny-strategiyu-publichnoyi-dyplomatiyi-mzs/> (дата звернення 21.03.2022).

52. Центр публічної дипломатії сприятиме реалізації стратегічного курсу України на членство в ЄС і НАТО. Дипломатія: веб-сайт. 2019. URL: <http://publicdiplomacy.org.ua/?p=155> (дата звернення 17.03.2022).

53. Що таке публічна дипломатія і чому МЗС створило стратегію її розвитку. Дипломатія: веб-сайт. 2021. URL: <https://suspilne.media/117614-so-take-publicna-diplomatia-i-comu-mzs-stvorilo-strategiu-ii-rozvitku-poasnue-ekspertka/> (дата звернення 04.03.2022).

54. Academy for Cultural Diplomacy. Дипломатія: веб-сайт. URL: https://www.culturaldiplomacy.org/academy/index.php?en_cde_about (дата звернення 21.03.2022).

55. Asia-Europe Public Diplomacy. Дипломатія: веб-сайт. URL: <https://www.diplomacy.edu/project/asia-europe-public-diplomacy/> (дата звернення 04.03.2022).

56. Birdsall D. The origins of «public diplomacy». 2019. URL: <https://sites.tufts.edu/fletcheradmissions/2019/02/the-origins-of-public-diplomacy/> (дата звернення 02.04.2022).

57. Cultural Diplomacy: The Missing Link in EU Foreign Policy. Дипломатія: веб-сайт. URL: <https://berlinpolicyjournal.com/cultural-diplomacy-a-missing-link-in-eu-foreign-policy/> (дата звернення 28.02.2022).

58. EU envoy speaks out about ukraine and public diplomacy. Дипломатія: веб-сайт. 2022. URL: <https://www.khaosodenglish.com/politics/2022/03/23/eu-envoy-speaks-out-about-ukraine-and-public-diplomacy/> (дата звернення 02.05.2022).

59. EU public diplomacy. Дипломатія: веб-сайт. 2022. URL: https://www.eeas.europa.eu/eeas/public-diplomacy_en (дата звернення 14.04.2022). 2
60. EU-China cultural diplomacy: room for improvement in troubled times? Дипломатія: веб-сайт. URL: <https://www.culturesolutions.eu/articles/eu-china-cultural-diplomacy/> (дата звернення 09.03.2022).
61. Frangonikolopoulos C. European Union public diplomacy. 2018. URL: <https://jmchairpublicdiplomacyeu.jour.auth.gr/> (дата звернення 20.04.2022). 2
62. Giardinelli A. New approaches to the history of soft power in the nineteenth and twentieth centuries. 2020. URL: <https://calenda.org/752671?lang=de> (дата звернення 04.04.2022).
63. Gstöhl S. Challenges ahead for EU diplomacy. 2020. URL: <https://www.coleurope.eu/training-projects/newsletter/archive/2018-issue-3/challenges-ahead-eu-diplomacy> (дата звернення 17.04.2022). 2
64. La Cour, C. The evolution of the 'public' in diplomacy. 2018. URL: <https://link.springer.com/article/10.1057/s41254-017-0093-3> (дата звернення 08.04.2022).
65. Langhorne R. History and the evolution of diplomacy. 1998. URL: <https://www.diplomacy.edu/resource/history-and-the-evolution-of-diplomacy/> (дата звернення 02.04.2022).
66. McMillan M. EU's New Cultural Diplomacy Platform: A means for 'Soft Power' in a multipolar world. URL: <https://www.unav.edu/web/global-affairs/detalle/-/blogs/eu-s-new-cultural-diplomacy-platform-a-means-for-soft-power-in-a-multipolar-world> (дата звернення 10.02.2022).
67. Nicholas J. Cull. «PUBLIC DIPLOMACY» BEFORE GULLION: THE EVOLUTION OF A PHRASE. 2006. URL: <https://uscpublicdiplomacy.org/blog/public-diplomacy-gullion-evolution-phrase> (дата звернення 03.04.2022).
68. Payne G., Sevin E. Public Diplomacy in the Digital Age. 2011. URL: <https://journals.openedition.org/cp/422> (дата звернення 16.04.2022).

69. Public and digital diplomacy. Дипломатія: веб-сайт. URL: <https://www.exteriores.gob.es/en/PoliticaExterior/Paginas/DiplomaciaPublicaDigital.aspx> (дата звернення 19.02.2022).

70. Public diplomacy. Дипломатія: веб-сайт. URL: <https://www.diplomacy.edu/topics/public-diplomacy/> (дата звернення 25.04.2022).

71. Public diplomacy: веб-сайт. URL: <https://www.britannica.com/topic/public-diplomacy> (дата звернення 05.04.2022).

72. Sandrin P. O., Hoffmann A. R. Silences and hierarchies in European Union Public Diplomacy. 2018. URL: <https://www.scielo.br/j/rbpi/a/FFwkgKQgLMxhQ6nhHJTRZyv/?lang=en> (дата звернення 12.04.2022).

73. Sport diplomacy in EU. Дипломатія: веб-сайт. URL: https://www.eusportdiplomacy.info/about_SDA/EU_Sport_Diplomacy (дата звернення 09.05.2022).

74. Ukraine NOW пропонує актуальну і правдиву інформацію про події в Україні десятима мовами. Дипломатія: веб-сайт. 2022. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-uarazom/3418067-ukraine-now-proponue-aktualnu-i-pravdivu-informaciu-pro-podii-v-ukraini-desatma-movami.html> (дата звернення 20.03.2022).

75. Ukraine NOW. Новий брендинг України. Дипломатія: веб-сайт. 2018. URL: <https://banda.agency/ukrainenow/> (дата звернення 21.03.2022).

76. Ukraine NOW: 5 питань про новий бренд України. Дипломатія: веб-сайт. 2018. URL: <https://hromadske.ua/posts/ukraine-now-novyi-brend-ukrainy> (дата звернення 16.03.2022).