

ПУБЛІЧНА ДИПЛОМАТІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ МІЖНАРОДНОЇ СПІВПРАЦІ ТА ЗМІЦНЕННЯ ЗОВНІШНЬОПОЛІТИЧНОГО ІМІДЖУ УКРАЇНИ

PUBLIC DIPLOMACY AS AN INSTRUMENT OF INTERNATIONAL COOPERATION AND STRENGTHENING OF UKRAINE'S FOREIGN POLICY IMAGE

Лепська Н.В.,

кандидат політичних наук, доцент,
доцент кафедри політології

Запорізького національного університету

ORCID ID: 0000-0001-6010-423X

Web of Science Researcher ID: KFX-0177-2024

Scopus Author ID: 57289996500

Ясьмо О.В.,

студентка 2 курсу магістратури
кафедри політології

Запорізького національного університету

У статті проаналізовано сутність та еволюцію становлення публічної дипломатії в практиці міжнародного співробітництва. Авторки досліджують історію появи й розвитку концепції публічної дипломатії в науковому дискурсі, визначають етапи еволюції практики публічної дипломатії в сучасному розумінні. Оскільки публічна дипломатія істотно відрізняється від традиційної дипломатії, особливий фокус дослідницької уваги здійснено на з'ясуванні сутності й ролі інституту публічної дипломатії в розвитку стратегічних комунікацій держави. Метою наукової розвідки є визначення специфіки, функціональної спроможності та потенціалу публічної дипломатії як важливого інструменту міжнародної співпраці і стратегічних комунікацій держави. При цьому підкреслюється змістова особливість «нової публічної дипломатії», відлік якої умовно починають після подій 11 вересня 2001 р. І також особлива увага приділяється питанням становлення й розвитку публічної дипломатії в незалежній Україні, зміцнення зовнішньополітичних позицій України та просування її позитивного іміджу засобом публічної дипломатії. Наголошується на тому, що актуалізація української публічної дипломатії та активізація застосування її ресурсів набирали потужних обертів уже від початку загарбницької війни Російської Федерації проти України, що додає сил нашій державі вистояти й чинити спротив агресору. У світі паралельно розгортаються й інші конфлікти, увага розосереджується на допомозі й іншим країнам, тож актуалізується питання утримання фокусу прихильності ставлення до України й залучення ще більших ресурсів. Водночас у статті простежується вплив публічної дипломатії на формування зовнішньополітичного іміджу України. Надається огляд інструментарію публічної дипломатії вищого військово-політичного керівництва, територіальних громад, органів місцевого самоврядування в позиціонуванні України як держави-лідера, борця за свободу та демократію. Визначаються особливості української публічної дипломатії в період воєнного стану й перспективи її розвитку в повоєнний час. Нормативний складник публічної дипломатії України проаналізовано через документи (Стратегія публічної дипломатії Міністерства закордонних справ України 2021–2025, Концепція популяризації України у світі та просування інтересів у світовому інформаційному просторі (2016 р.)), у яких чітко визначено напрями й цілі української публічної дипломатії, шляхи вирішення проблем відсутності об'єктивної та актуальної інформації про Україну. У підсумку доводиться, що публічна дипломатія на рівні горизонтальних комунікацій відіграє вагомий роль у формуванні позитивного іміджу нашої держави, просуванні її національного бренду й захисту національних інтересів.

Ключові слова: публічна дипломатія, стратегічні комунікації, імідж держави, національний бренд.

The article analyses the essence and evolution of public diplomacy in the practice of international cooperation. The authors study the history of the emergence and development of the concept of public diplomacy in the scientific discourse, identify the stages of evolution of public diplomacy practice in the modern sense. Since public diplomacy differs significantly from traditional diplomacy, the research focus is on clarifying the essence and role of the institution of public diplomacy in the development of strategic communications of the state. The purpose of the research is to clarify the specifics, functionality and potential of public diplomacy as an important tool for international cooperation and strategic communications of the state. This emphasises the substantive feature of the “new public diplomacy”, which is conventionally started after the events of 11 September 2001. Special attention is also paid to the issues of formation and development of public diplomacy in independent Ukraine, strengthening of Ukraine's foreign policy positions and promotion of its positive image through public diplomacy. It is emphasised that the actualisation of Ukrainian public diplomacy and the intensification of the use of its resources have been gaining momentum since the beginning of the Russian Federation's war of aggression against Ukraine, which has given our country the strength to withstand and resist the aggressor for the third year in a row. As other conflicts are unfolding in the world at the same time, and attention is being diverted to helping other countries, it is important to maintain the focus on Ukraine and attract even more resources. The influence of public diplomacy on the formation of Ukraine's foreign policy image is traced. An overview of the tools of public diplomacy of the top military and political leadership, territorial communities, and local governments in positioning Ukraine as a leading state, a fighter

for freedom and democracy is provided. The article identifies the peculiarities of Ukrainian public diplomacy during martial law and the prospects for its development in the post-war period. The normative component of Ukraine's public diplomacy is analysed through documents (Public Diplomacy Strategy of the Ministry of Foreign Affairs of Ukraine 2021–2025, Concept of Ukraine's Popularisation in the World and Promotion of Interests in the World Information Space (2016)), which clearly define the directions and goals of Ukrainian public diplomacy, ways to solve the problems of lack of objective and up-to-date information about Ukraine. As a result, it is proved that public diplomacy at the level of horizontal communications plays a significant role in shaping the positive image of our country, promoting its national brand and protecting national interests.

Key words: public diplomacy, strategic communications, state image, national brand.

Вступ. Останнім часом публічна дипломатія стає невіддільною частиною міжнародних відносин, віддзеркалюючи зміни в структурі глобальної політики. Актуальність інституту публічної дипломатії визначається низкою глобальних процесів, які трансформують характер сучасної міжнародної взаємодії. Загострення численних регіональних конфліктів, активізація міграційних потоків, кліматичні зміни, пандемії тощо вимагають від держав більш активної взаємодії зі світовою спільнотою.

Публічна дипломатія, яка спрямована на встановлення зв'язків із широкою аудиторією – громадянами інших країн, неурядовими організаціями та приватним сектором, нині стає ефективним інструментом для координації зусиль, мобілізації громадської думки та зміцнення міжнародної співпраці. Ба більше, поглиблення геополітичної поляризації світу й конкуренції (яка дедалі більше набуває агресивного характеру та мілітаризації) між великими державами, такими як США, Китай і Росія, посилюють необхідність активної публічної дипломатії, спрямованої на просування власних цінностей і дискредитацію альтернативних моделей.

Станом на зараз у науковому просторі немає єдиного розуміння сутності публічної дипломатії. Синонімічними часто-густо є поняття «громадська дипломатія», «неурядова дипломатія», «недержавна дипломатія», «нетрадиційна дипломатія», «неофіційна дипломатія» тощо, які мають дещо інше смислове навантаження.

Метою статті є з'ясування специфіки, функціональної спроможності й потенціалу публічної дипломатії як важливого інструменту міжнародної співпраці і стратегічних комунікацій держави. При цьому особливу увагу приділяємо питанню зміцнення зовнішньополітичних позицій України та просування її позитивного іміджу засобом публічної дипломатії.

Результати дослідження. Основою легітимної державної політики будь-якої держави є врахування громадської думки, через формування якої можна змінювати політику іншої держави. На цьому побудована концепція публічної дипломатії, яка відрізняється від традиційної дипломатії, що здійснюється спеціалістами-професіоналами. У цьому контексті публічна дипломатія (грец. “diploma” – документ, складений удвоє,

англ. “public” – громадський, публічний, відкритий, загальнодоступний) – це сукупність технологій та інструментів зовнішньої політики, що реалізуються в рамках діяльності політичних інститутів та акторів, як державних, так і недержавних, спрямованих на реалізацію комплексної дипломатичної стратегії держави через учинення певних заходів щодо суспільства зарубіжної держави з метою впливу на її політичні процеси та прийняття політичних рішень.

При цьому варто врахувати той факт, що роль недержавних акторів у сучасній міжнародній політиці сьогодні значно зросла, що пояснюється передусім поглибленням взаємозалежності й взаємодії у світі. Глобалізація пов'язала країни економічно, політично та культурно, що посилює важливість взаємодії не лише на рівні еліт, а й на рівні суспільств. Численні НУО, транснаціональні корпорації, активісти та місцеві лідери стали впливовими акторами міжнародної політики. Успішна публічна дипломатія враховує їхню роль, залучає їх до діалогу й використовує їхні ресурси для досягнення національних інтересів. Тобто засобом публічної дипломатії уряд однієї країни намагається вплинути на суспільство іншої з тією метою, щоб воно, у свою чергу, вплинуло на свій уряд. Тому публічна дипломатія стає важливим інструментом для зміцнення міжнародної довіри й підтримки різноманітних міжнародних ініціатив.

Термін «публічна дипломатія» вперше згадали журналісти в 1856 році в газеті “Times”, де він використаний як синонім до слова «ввічливість» у статті про діяльність президента США Франкліна Пірса. У 1871 році конгресмен США Семюель Кокс ужив цей термін у контексті «відкритої та чесної» дипломатії [1]. Про ці факти пише Ніколас Кулл, який досліджував еволюцію концепту публічної дипломатії. Зокрема, він звертає увагу на особливості його використання в роки Першої та Другої світових війн. Американський науковець зауважує, що в роки Першої світової війни словосполученням «публічна дипломатія» позначалися нові методи ведення зовнішньої політики. Ставав усе більш популярним термін «відкрита дипломатія», який підкреслював нові аспекти дипломатичної практики, наприклад, відкритих переговорів щодо встановлення умов майбутнього миру. До закінчення Другої світової війни

це поняття використовувалося в значеннях «гласність», «суспільне співробітництво», «неупередженість». Однак у той час виявилась інша сторона впливу на населення через агресивну пропаганду особливо з боку тоталітарних режимів [1].

З початком Холодної війни зміст поняття «публічна дипломатія» почав слугувати синонімом слова «пропаганда», адже громадськість стала розглядатися як мета, як така цільова група, яку потрібно запевнити в чомусь, але налагодження взаєморозуміння тут зовсім не передбачалося [2, р. 10]. У 1950-і рр., коли радіо й телебачення стали застосовуватися для ведення зовнішньої культурної політики та пропаганди, термін «публічна дипломатія» став мігрувати від опису дипломатичної й журналістської практики до позначення дій уряду в галузі інформаційної політики на міжнародній арені. У цьому контексті примітно, що в 1953 році вчений і громадський діяч США Волтер Ліпшман поєднав три поняття публічна дипломатія, пропаганда і психологічні операції в єдиний термін «публічна дипломатія» [1].

На початку 1960-х років Державний департамент США визначив публічну дипломатію як залучення, інформування та вплив на ключові міжнародні аудиторії. При цьому публічна дипломатія охоплює широкий спектр заходів, які проводяться урядом із його закордонними колегами, неурядовими організаціями та й загалом громадськістю, а метою публічної дипломатії стало зміцнення іміджу й репутації держави засобом взаєморозуміння, що виходить за межі традиційної дипломатії та розповсюджується на широку громадськість [3, р. 24]. У 1965 році декан Школи з міжнародних відносин Університету Тафта в США Едмунд Гулліон висунув свою дефініцію публічної дипломатії, яка вважається першим визначенням публічної дипломатії. Е. Гулліон визначив публічну дипломатію як сукупність проектів Інформаційного агентства США й зазначив: «Публічна дипломатія впливає на ставлення зарубіжної цільової аудиторії до зовнішньої політики; вона вирощує громадську думку в інших країнах; вона встановлює комунікацію між дипломатами й журналістами; і вона формує міжкультурну комунікацію» [1].

До початку 1990-х років дискурс про зовнішню культурну політику США домінував у теорії та практиці. Такому стану речей сприяло жорстко негативне ставлення багатьох американських діячів культури й політиків до терміну «публічна дипломатія», який позначав, на їхню думку, елементи пропаганди й недовіри. У 1990 році відбулася сутнісна зміна в тлумаченні концепту «публічна дипломатія» та почався період становлення сучасної публічної дипломатії. Цей процес щільно пов'язаний із концепцією «м'якої сили», яку запропонував американський політолог Дж.С. Най. Він трактує «м'яку силу» як здатність

досягати бажаних результатів шляхом добровільної участі, а не примусу. Дж. Най указує, що публічна дипломатія – це засіб просування «м'якої влади» держави, яка, у свою чергу, має три джерела: 1) цінності внутрішньої політики й соціального порядку; 2) культура країни; 3) зовнішня політика [4]. Тому публічна дипломатія займається просуванням цих трьох джерел «м'якої влади» держави за допомогою трьох методів. Перший метод – це щоденна комунікація із зарубіжною аудиторією для пояснення зовнішньої політики держави. Другий метод – здійснення кампаній, спрямованих на просування бренду держави. Третій метод – проекти, спрямовані на побудову рівних взаємин між країнами.

Після трагічних подій 11 вересня 2001 року переосмислено традиційні підходи до здійснення публічної дипломатії. У науковому дискурсі навіть з'являється термін «нова публічна дипломатія», який запровадив заступник держсекретаря США Джеймс Глассман у 2008 році, позначивши новий підхід у межах публічної дипломатії, який передбачає використання соціальних мереж, блогів, ігрових мобільних додатків у реалізації зовнішньополітичних завдань США (передусім у боротьбі з тероризмом) [5]. Поява терміна «нова публічна дипломатія» засвідчувала необхідність переосмислити все, що змінилося у світі на початок 2000-х років. Ідеться передусім про такі процеси:

– *зміну глобального комунікаційного контексту*, адже комунікація стає широкодоступною, практично зведений до мінімуму розрив між професійними журналістами та блогерами, які стають вельми активними суб'єктами інформаційного дискурсу, тож їхня роль як акторів публічної дипломатії стає дедалі часто більш потужною, ніж журналістів-професіоналів;

– *зміну загальнополітичного контексту*, оскільки публічна дипломатія стає настільки багатосуб'єктною, що фактично набуває характеру мультилатеральності, тому стає важливим не тільки (і навіть не стільки) транслювати свої цінності, а й постійно вмикати механізм зворотного зв'язку, ураховуючи його дію як у вербальних комунікаціях урядів, так і безпосередньо в їхніх рішеннях і політичних діях, тож «боротьба за серця» втрачає свою результативність;

– *прикладний характер публічної дипломатії*, інструменти якої обираються під конкретні завдання, тому спектр її функціональної спроможності стає дедалі більш широким, з огляду на те що зовнішню політику можливо змінити в короткій перспективі, у культуру ввести помітні зміни – у середньостроковій перспективі, однак цінності можна змінити лише за доволі тривалий час, принаймні впродовж одного покоління.

Публічна дипломатія в осучасненому розумінні знайшла позитивний відгук і схвальну підтримку

серед академічної спільноти. Серед інших відзначається позиція й Ніколаса Кулла. Він указує на три особливості сучасної публічної дипломатії: використання ІКТ, зокрема соціальних мереж; залежність від створюваного користувачами контенту (коментарі, блоги тощо); функціонування в рамках горизонтальних мереж [6].

Досліджуючи еволюцію публічної дипломатії, варто звернути увагу на концепцію Ейтана Гілбоа, професора Гарвардського університету, директора Центру міжнародної комунікації в Університеті Бар-Ілан в Ізраїлі. Дослідник запропонував та описав три моделі публічної дипломатії: базову модель часів Холодної війни, недержавну транснаціональну модель і модель внутрішнього PR. Е. Гілбоа використовував 5 змінних для розрізнення даних моделей: головні актори, ініціатори, цілі, типи ЗМІ, засоби й методи публічної дипломатії [7, р. 59–60].

1. *Базова модель.* Публічна дипломатія в сучасному її трактуванні виникла в перші роки Холодної війни. З огляду на надзвичайну руйнівну силу ядерної зброї, стало зрозуміло, що інформаційні та комунікаційні кампанії будуть основною зброєю, яку дві наддержави використовуватимуть у своїй глобальній ідеологічній і стратегічній боротьбі. Таким чином, у першій моделі держави використовували публічну дипломатію в антагоністичних відносинах для досягнення довгострокових результатів у міжнародному середовищі. Передбачалося, якщо переконати громадськість цільової країни сприймати іншу сторону позитивно, вона чинитиме тиск на свій уряд для зміни ворожих поглядів і політики. Ідея полягала в поширенні більш об'єктивної інформації про свою державу, протиставляючи її внутрішній пропаганді урядів в інших країнах. Упродовж Холодної війни як Сполучені Штати, так і СРСР використовували міжнародне мовлення насамперед для формування сприятливого ставлення громадськості до своїх ідеологій.

2. *Недержавна транснаціональна модель.* Із назви стає очевидним факт, що ця модель включає діяльність груп, неурядових організацій та окремих впливових осіб, які здійснюють публічну дипломатію за кордоном. Недержавні актори зазвичай використовують глобальні інформаційні мережі та медіаподії для отримання глобальної підтримки своїх цілей. Ця модель, наприклад, допомагає пояснити такі кампанії, як кампанії за демократію в Китаї, що мали на меті змусити китайський уряд провести реформи через зовнішній тиск.

3. *Модель внутрішнього PR.* За цією моделлю уряд наймає PR-компанії та лобістів у цільовій країні, вважаючи цей метод ефективнішим за пряму публічну дипломатію. Це допомагає приховати справжні джерела фінансування та впливу,

які забезпечують певну комунікаційну кампанію. Створення місцевої групи підтримки в потрібній країні підсилює легітимність кампанії, а місцева PR-фірма краще розуміє, як досягти цілей у конкретному політичному й культурному контексті. Ця модель також передбачає використання наукових знань і методів дослідження громадської думки, відомих як «стратегічна публічна дипломатія». Прикладом застосування цієї моделі є випадок, який стався під час конфлікту в Перській затоці в 1990–1991 роках, коли кувейтські монархи у вигнанні найняли PR-фірму “Hill and Knowlton” для забезпечення достатньої підтримки американського народу, Конгресу й американських ЗМІ для війни під проводом США, спрямованої на усунення Саддама Хусейна з Кувейту.

Отже, ефективність публічної дипломатії залежить від наявності діалогу між урядом однієї країни та зарубіжним суспільством. За публічною дипломатією стоять стратегічні рішення й імідж держави, суспільно значущі процеси й інтеграція міжнародного середовища. Головною стратегічною метою публічної дипломатії є розповсюдження власних цінностей, способу життя, світогляду, а також усвідомлення нагальних проблем і можливих способів їх вирішення. Цілі та завдання публічної дипломатії можуть бути доволі різноманітними, залежно від рівня геополітичного впливу держави, національних інтересів і пріоритетів у зовнішній політиці. Логічно, що реалізація певних зовнішньополітичних намірів підкріплюється заходами публічної дипломатії.

Британські дослідники М. Леонард, К. Стід і К. Смейвінг у колективній праці вказують, що основоположним та очевидним завданням публічної дипломатії є популяризація інформації про свою державу, пояснення її політики, просування її культури і традицій в міжнародному середовищі [8, р. 9]. Це дає змогу державі посісти своє місце в інформаційному полі за кордоном і створити основу для досягнення інших стратегічних цілей, таких як побудова позитивного іміджу.

Друга мета публічної дипломатії пов'язана з національною безпекою й обороною, а саме протидією ворожій пропаганді [9, р. 460]. У реаліях сьогодення, коли зростає кількість інформаційно-психологічних і гібридних війн, така функція захисту є гостроактуальною. Ця мета реалізується міжнародними акторами згідно із загальноприйнятими нормами міжнародного права, іноді може доповнюватися застосуванням зовнішньополітичних інструментів тиску.

Чжан Цзюй і Брекен Шварц слушно зауважують, що особливу увагу варто приділити політичним цілям публічної дипломатії, які включають пропаганду певних політичних рішень серед іноземного населення з метою подальшого впливу на публічну владу, а також підтримку міжнародних

ініціатив, таких як захист прав людини, охорона довкілля, протидія гендерній дискримінації та расизму тощо [10, р. 385].

Сфера публічної дипломатії є доволі молодю галуззю в системі міжнародної діяльності й зовнішньої політики України. Дослідження публічної дипломатії у вітчизняних гуманітарних науках почалося ще у 2008 році, а власне розвиток української публічної дипломатії почався фактично на 10 років пізніше. У 2018 році ухвалена Доктрина інформаційної безпеки, у якій уперше на офіційному рівні визначено термін «стратегічні комунікації», а публічна дипломатія є однією з їх складників [11]. Протягом останніх років в Україні триває активна робота над організаційно-функціональним забезпеченням публічної дипломатії з використанням ефективних інструментів з позитивного досвіду інших країн.

Індивідуальні ініціативи у сфері публічної дипломатії мали місце ще до 2018 року, але вони мали фрагментарний, локальний характер. Саме поняття публічної дипломатії не лунало серед представників політичного істеблїшменту України та майже не згадувалося в медійному просторі [12].

Українська публічна дипломатія почала набирати обертів після воєнного вторгнення російської федерації у 2014 році. Тоді увага міжнародного середовища була прикута до України завдяки не лише комунікації політичного керівництва й уряду, а й активній громадськості. Безліч активних і небайдужих громадян об'єднувалися та й наразі об'єднуються в громадські організації, ініціативні групи, долучаються до вже створених гуманітарних центрів задля підтримання питання України на порядку денному в міжнародному середовищі й залучення різного роду допомоги. Такі організації, як БФ «Карітас», гуманітарний фонд «Співдія», ГО «Українська Волонтерська Служба» тощо, зробили чималий внесок у протидію гуманітарній катастрофі й у розвиток міжнародної співпраці України.

Великим стратегічним досягненням є створення єдиного національного візуального бренду України «Ukraine Now», офіційно схваленого Урядом України 10 травня 2018 року. Унікальність і цінність цього бренду полягає в його універсальності, адже він призначений для використання як державними установами й органами місцевого самоврядування, так і бізнесом та окремими громадянами [13].

Про потужний розвиток публічної дипломатії в Україні свідчить Стратегія публічної дипломатії Міністерства закордонних справ України 2021–2025, у якій зазначено, що функція публічної дипломатії – установа діалогу «державалюдина» з урахуванням різноманіття національної та глобальної аудиторії, а також сприяння міжособистісним контактам «людина-людина». Очіль-

ник МЗС України Д. Кулеба в пролозі до Стратегії звернув увагу на те, що формування позитивного іміджу України у світі потребує тісної координації з усіма дотичними інституціями, як державними, так і недержавними [14]. Якраз неузгодженість суб'єктів публічної дипломатії у своїх наративах про Україну була істотною проблемою для іміджування держави, про що говорили багато експертів. Наприклад, голова Мережі захисту національних інтересів АНТС Ганна Гопко висловила таку думку: «Дуже часто міністерства не є скоординованими, у кожного своє бачення, як просувати імідж України, які національні інтереси, нема наскрізної червоної нитки нашої стратегії. А треба, щоб наші відомства та міністерства сіли між собою і визначили, як вони не конкурують і борються за ресурси, а як вони взаємодіють» [13].

У згаданій вище Стратегії публічної дипломатії вже структуровано подано напрями дипломатії, відповідальні структури за кожен напрям і виміри його роботи, цільові аудиторії, ресурси, географічні пріоритети й інструментарій. Основними напрямками публічної дипломатії є культурна, економічна, експертна, кулінарна, науково-освітня, спортивна та цифрова дипломатії. Культурна дипломатія, за визначенням МЗС, є компонентом політики «м'якої сили», метою якої є покращення впізнаваності України та її культурного розмаїття, формування позитивного ставлення громадян інших країн до України [14]. У цьому контексті особливого значення набувають такі механізми публічної дипломатії, як міжнародний медіарілейшенз і пряма співпраця з провідними світовими медіа щодо формування об'єктивного уявлення про ситуацію в Україні. Не меншої активізації набули зараз також і заходи з популяризації українського мистецтва, музики, літератури та кіно через організацію різноманітних фестивалів, виставок, концертів тощо, що сприяє інтеграції України у світовий культурний простір. У цьому ж контексті відбувається й публічна дипломатія у сфері міжнародних наукових ініціатив, освітніх проєктів, студентських обмінів, стипендіальних програм тощо. Особлива увага приділяється співпраці зі спільнотами української діаспори, адже українці за кордоном є важливим ресурсом для просування національних інтересів нашої країни. Їхня активна участь у кампаніях підтримки України створює ефект глобальної солідарності.

Усі означені в Стратегії напрями публічної дипломатії мають працювати на досягнення мети і стратегічних цілей МЗС, а саме:

– мета № 1: «Про Україну більше знають у світі»;

– мета № 2: «Україну сприймають у світі як демократичну європейську країну, яка рухається до повноправного членства в ЄС і НАТО в умовах зовнішньої агресії»;

– мета № 3 «Україна у своїй зовнішньополітичній діяльності покладається на дієву систему протидії шкідливим наративам, спрямованих проти неї» [15, с. 18–19].

До кожної мети прописано низку спеціальних завдань, таких як забезпечити представленість України на найбільших міжнародних цифрових майданчиках, проактивно просувати ініціативи України з долучення до глобальних і регіональних кампаній, створити механізм моніторингу, аналізу та реагування на дезінформаційні атаки тощо.

І хоч документ написаний до повномасштабної війни, цілі та бренд залишилися незмінними, утім набули нового сенсу й більш глибокого змісту. Бренд Ukraine Now у публічній дипломатії став символічним, адже щодня в Україні змінюється ситуація, іноді кардинально, тому важливо говорити про Україну «в моменті» й не зволікати з поширенням інформації, укладанням домовленостей, проханнями про допомогу.

Важливу роль у формуванні зовнішньополітичного іміджу України відіграють територіальні громади. Функціонування сучасних платформ для селищ/міст/регіонів, таких як Twinning, Sister Cities International (SCI), Cities4Cities, B2B Italia тощо, дало можливість установлювати міжнародну співпрацю на місцевому рівні й тим самим реалізовувати зовнішньополітичні цілі України. Загальний механізм функціонування цих платформ полягає в тому, що українські міста та громади створюють профіль, де вказують детальну інформацію про себе (географічне розташування, історичну довідку, спеціалізацію, міські громадські організації й ініціативи і тощо), і пошук міст-побратимів відбувається за тими самими фільтрами. Таким чином, пошук партнерів здійснюється на основі так званих точок дотику, а далі вже слідує комунікація й визначення перспектив співробітництва.

Часто громадські організації або громадянські активісти є ініціаторами укладання угод міст-побратимів. Наприклад, на міжнародному молодіжному форумі учасник з України розповідає про своє рідне місто, його історію, чим воно славиться, далі пропонує меру іншого європейського міста перспективи співпраці. Така схема особливо дієва для окупованих і прифронтових громад, із якими дуже мало міжнародних організацій наразі готові співпрацювати напряму. Щоб наочно проілюструвати різницю в активності міжнародної співпраці прифронтових і тилкових регіонів, наведемо деяку статистику кількості партнерів в українських громадах. Так, у Волинській області кількість міжнародних партнерів сягає 98, у Житомирській – 65, в Одеській – 101, у Херсонській – 2, у Запорізькій – 19 [15].

Важливо звернути увагу на такий момент. Велика частина території України перебуває під

окупацією. На жаль, більшість міжнародних партнерів і донорів не хочуть співпрацювати й виділяти кошти на проекти від окупованих і прифронтових територій. Це є неабиякою проблемою, адже функціонування органів місцевого самоврядування, задоволення потреб ВПО та підготовка до деокупації вимагають чималих матеріальних, технічних і кадрових ресурсів. Тому перед українським політичним керівництвом і громадськістю стоїть завдання посилити свій вплив на міжнародній арені, паралельно працюючи над внутрішніми процесами (боротьба з корупцією, реформування законодавства, виконання вимог ЄС щодо вступу тощо). Це неодмінно надасть поштовх донорам і міжнародним партнерам звернути більшу увагу на проблеми в Україні, особливо коли спостерігаються ознаки втоми від російсько-української війни й розсіювання уваги на інші дестабілізаційні процеси у світі.

Міжнародна допомога – фундаментальний складник стійкості, відбудови та відновлення України. Низка держав, таких як Німеччина, США, Велика Британія тощо, не лише надають військову й фінансову допомогу, а й сприяють зміцненню позитивного іміджу України в міжнародному співтоваристві.

Яскравим прикладом є Німеччина – потужний стратегічний партнер України. Федеральний уряд Німеччини зміг надати Україні близько 32 мільярдів євро з початку російського вторгнення у 2022 році у вигляді цивільної підтримки, прямих виплат чи зброї [16]. Німецьке місто Рамштайн-Мізенбах неодноразово виступило містом дипломатичних зустрічей у форматі «Рамштайн» міністрів оборони кількох десятків країн світу, які відбулися з метою прискорення надання військової зброї Україні. Конференція «Ukraine Recovery Conference-URC2024» 10 травня 2024 року в м. Берліні стала потужною міжнародною подією, яка об'єднала уряди, компанії та організації для допомоги Україні. Німецькі благодійні організації, такі як GIZ, Ukrainian-German Humanitarian Foundation, Deutsch-Ukrainischer Verein de. Perspektive тощо, уже тривалий час надають підтримку Україні у вигляді грантів для ГО, гуманітарної допомоги, допомоги українцям у Німеччині.

Таким чином, актуалізація застосування інструментарію публічної дипломатії є вкрай важливою для нашої країни в таких напрямках:

– *зміцненні міжнародної підтримки* – оскільки успіх і перемога України у війні й у повоєнному відновленні значно залежать від солідарності міжнародної спільноти, публічна дипломатія сприяє консолідації підтримки партнерів, залученню військової, фінансової та гуманітарної допомоги, а також адвокації українських інтересів на глобальній арені;

– залученні інвестицій і підтримці економіки – у часи війни й повоєнного відновлення нашої держави необхідно активно залучати іноземних інвесторів, які повірять у її майбутнє, і в цьому аспекті публічна дипломатія здатна продемонструвати потужний потенціал України, її рішучість реформуватися та рухатися до європейських і глобальних стандартів;

– протидії дезінформації та інформаційній війні – в умовах активного використання Росією широкого арсеналу інформаційно-пропагандистських технологій для формування викривленого образу України у світі публічна дипломатія дає змогу Україні доносити до світової спільноти правдиву інформацію про терористичні дії Росії, викривати маніпуляції та створювати власний наратив, що відображає реальність і формує гідну зовнішньополітичну репутацію нашої країни;

– євроінтеграції – для реалізації євроінтеграційного курсу Україна має не лише впроваджувати реформи, а й активно співпрацювати з європейською громадськістю, тим самим демонструвати готовність України стати частиною європейської спільноти, а також пояснювати її унікальну роль у захисті європейських цінностей;

– просуванні української ідентичності й культури – сьогодні українська культура стає потужним символом спротиву і свободи, що привертає увагу світової аудиторії та сприяє формуванню позитивного зовнішньополітичного іміджу України як незалежної, демократичної й культурно багатой держави.

Висновки. Отже, публічна дипломатія – це широкий спектр діяльності як урядових (держави, державні інституції, дипломати), так і неурядових акторів (неурядові організації, транснаціональні корпорації, окремі особи) з метою здійснення комунікативного впливу на іноземну громадськість і реалізації своїх зовнішньополітичних інтересів. Публічна дипломатія завжди вирізнялася динамічністю та гнучкістю в практиці міжнародних від-

носин, віддзеркалюючи на рівні горизонтальних комунікацій зміни в глобальному порядку. Тому вона завжди буде актуальною, оскільки дає змогу державам і суспільствам ефективно адаптуватися до викликів кризових явищ у системі міжнародної співпраці, які найбільшій гостроти набувають у часи формування нового світоустрою. Тож розвиток публічної дипломатії вимагає інноваційного підходу, усвідомлення нових реалій і тісної взаємодії між різними акторами міжнародної системи.

Українська публічна дипломатія, яка фактично розпочала свій розвиток відносно недавно в умовах збройної агресії Росії з 2014 року, нині відіграє ключову роль у зміцненні міжнародних позицій України. Війна, геополітичні зміни й боротьба за власну ідентичність і незалежність визначають унікальну важливість цього каналу міжнародної стратегічної комунікації для нашої держави. Україна створила власний інструментарій, національний бренд і відповідальні структури з чітко визначеним функціоналом, що докладно прописані в Стратегії публічної дипломатії 2021–2025». За допомогою дієвих механізмів публічної дипломатії питання України стоїть на порядку денному в багатьох державах світу. І якби там Росія чи інші автократії не намагалися доводити світу свою військову міць, однак у XXI столітті влада більше не вимірюється суто військовими чи економічними ресурсами. Уміння формувати наративи, установлювати культурні й освітні зв'язки, а також бути лідером у гуманітарній сфері стало важливим елементом міжнародного впливу.

Отже, для України публічна дипломатія – це не лише інструмент комунікації, а й засіб виживання, забезпечення стійкості, боротьби за незалежність і міжнародне визнання в сучасному світі. Завдяки ефективній публічній дипломатії Україна може не лише захищати свої інтереси, а й формувати позитивний, впливовий імідж, зміцнюючи свій голос на геополітичній арені.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Cull N. Public diplomacy before Gullion: the evolution of a phrase. 2008. URL: <https://universityofleeds.github.io/philtaylorpapers/pmt/exhibits/2652/gullion.pdf>.
2. Ayer C., Srugies A. Public Diplomacy in Germany. ICPD: Reserch and Training. Los Angeles, 2013. 57 p.
3. Bernard L. Simonin. Nation Branding and Public Diplomacy: Challenges and Opportunities. *The Fletcher forum of world affairs*. VOL. 32:3 Special Edition. 2008. P. 19–34.
4. Nye J.S. Soft Power: The Means To Success In World Politics. New York : Public Affairs. 2004. 191 p.
5. Glassman J. Public Diplomacy 2.0: A New Approach to Global Engagement. 2008. URL: <https://2001-2009.state.gov/r/us/2008/112605.htm>.
6. Cull N. The Long Road to Public Diplomacy 2.0: The Internet in U.S. Public Diplomacy. 2013. URL: <https://ash.harvard.edu/files/cull.pdf>.
7. Gilboa E. Searching for a Theory of Public Diplomacy. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*. 2008. Vol. 616. Issue 1. P. 55–77. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0002716207312142>.
8. Leonard M., Stead C., Smewing C. Public Diplomacy. London : Foreign Policy Centre, 2002. 183 p. URL: https://www.files.ethz.ch/isn/20958/Public_Diplomacy.pdf.

9. White C., Radic D. Comparative public diplomacy: Message strategies of countries in transition. *Public Relations Review*. 2014. Vol. 40. № 3. P. 459–465. URL: https://www.researchgate.net/publication/260483126_Comparative_public_diplomacy_Message_strategies_of_countries_in_transition.
10. Zhang Ju., Swartz B.C. Public Diplomacy to Promote Global Public Goods (GPG): Conceptual Expansion, Ethical Grounds, and Rhetoric. *Public Relations Review*. 2009. Vol. 35. № 4. P. 382–387. URL: https://www.researchgate.net/publication/229404175_Public_diplomacy_to_promote_Global_Public_Goods_GPG_Conceptual_expansion_ethical_grounds_and_rhetoric.
11. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 29 грудня 2016 року «Про Доктрину інформаційної безпеки України» : Указ Президента України від 25 лютого 2017 року № 47/2017. *Офіційне інтернет-представництво Президента України*. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/472017-21374>.
12. Публічна дипломатія в українському контексті: як освоювали “terra incognita” : аналітична записка. URL: <http://prismua.org.tilda.ws/publicdiplomacyukraine#rec238704616>.
13. Ukraine NOW. Новий брендинг України. URL: <https://banda.agency/ukrainenow/>.
14. Стратегія публічної дипломатії Міністерства закордонних справ України 2021–2025 : затв. Наказом Міністерства зовнішніх справ від 24.03.2021. URL: <https://mfa.gov.ua/storage/app/sites/1/%/public-diplomacy-strategy.pdf>.
15. Міжнародне і міжмуніципальне співробітництво громад: дані Моніторингу реформи від Міністерства інфраструктури. *Децентралізація*. URL: <https://decentralization.gov.ua/news/16923>.
16. Німеччина надала Україні допомоги на 32 млрд євро від початку вторгнення рф. URL: <https://armyinform.com.ua/2024/05/04/nimechchyna-nadala-ukrayini-dopomogy-na-32-mlrd-yevro-vid-pochatku-vtorgnennya-rf/>.

REFERENCES:

1. Cull, N. (2008). Public diplomacy before Gullion: The evolution of a phrase. Retrieved from <https://universityofleeds.github.io/philtaylorpapers/pmt/exhibits/2652/gullion.pdf>.
2. Ayer, C., & Srugies, A. (2013). *Public Diplomacy in Germany*. Los Angeles: ICPD: Research and Training.
3. Simonin, B.L. (2008). Nation branding and public diplomacy: Challenges and opportunities. *The Fletcher Forum of World Affairs*, 32 (3), 19–34.
4. Nye, J.S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. New York: Public Affairs.
5. Glassman, J. (2008). *Public Diplomacy 2.0: A new approach to global engagement*. Retrieved from <https://2001-2009.state.gov/r/us/2008/112605.htm>.
6. Cull, N. (2013). The long road to public diplomacy 2.0: The Internet in U.S. public diplomacy. Retrieved from <https://ash.harvard.edu/files/cull.pdf>.
7. Gilboa, E. (2008). Searching for a theory of public diplomacy. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616 (1), 55–77. Retrieved from <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0002716207312142>.
8. Leonard, M., Stead, C., & Smewing, C. (2002). *Public diplomacy*. London: Foreign Policy Centre. Retrieved from https://www.files.ethz.ch/isn/20958/Public_Diplomacy.pdf.
9. White, C., & Radic, D. (2014). Comparative public diplomacy: Message strategies of countries in transition. *Public Relations Review*, 40 (3), 459–465. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/260483126_Comparative_public_diplomacy_Message_strategies_of_countries_in_transition.
10. Zhang, J., & Swartz, B.C. (2009). Public diplomacy to promote global public goods (GPG): Conceptual expansion, ethical grounds, and rhetoric. *Public Relations Review*, 35 (4), 382–387. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/229404175_Public_diplomacy_to_promote_Global_Public_Goods_GPG_Conceptual_expansion_ethical_grounds_and_rhetoric.
11. Ukaz Prezydenta Ukrainy vid 25 lyutoho 2017 roku № 47/2017 “Pro rishennya Rady natsionalnoyi bezpeky i oborony Ukrainy vid 29 hrudnya 2016 roku “Pro Doktrynu informatsiynoyi bezpeky Ukrainy”. [Decree of the President of Ukraine dated February 25, 2017 No. 47/2017 “On the decision of the National Security and Defense Council of Ukraine dated December 29, 2016 “On the Information Security Doctrine of Ukraine”]. *Ofitsiine internet-predstavnytstvo Prezydenta Ukrainy*. Retrieved from: <https://www.president.gov.ua/documents/472017-21374> [in Ukrainian].
12. Publichna dyplomatiya v ukrayinskomu konteksti: yak osvoyuvaly “terra incognita”: analitychna zapyska. [Public diplomacy in the Ukrainian context: how “terra incognita” was mastered: an analytical note]. Retrieved from: <http://prismua.org.tilda.ws/publicdiplomacyukraine#rec238704616> [in Ukrainian].
13. Ukraine NOW. Novyi brendyng Ukrainy. [New branding of Ukraine]. Retrieved from <https://banda.agency/ukrainenow/> [in Ukrainian].
14. Stratehiya publichnoyi dyplomatiyi Ministerstva zakordonnykh sprav Ukrainy 2021–2025 : zatv. nakazom Ministerstva zovnishnikh sprav vid 24.03.2021. [Public diplomacy strategy of the Ministry of Foreign Affairs of Ukraine 2021-2025: approved. by order of the Ministry of Foreign Affairs of March 24, 2021]. Retrieved from: <https://mfa.gov.ua/storage/app/sites/1/%/public-diplomacy-strategy.pdf> [in Ukrainian].

15. Mizhnarodne i mizhmunitsypalne spivrobitnytstvo hromad: dani Monitorynhu reformy vid Mininfrastruktury. [International and intermunicipal cooperation of communities: data of the Monitoring of the reform from the Ministry of Infrastructure]. Detsentralizatsiya. Retrieved from: <https://decentralization.gov.ua/news/16923> [in Ukrainian].
16. Nimetchchyna nadala Ukrayini dopomohy na 32 mlrd yevro vid pochatku vtornhennya RF. [Germany has provided 32 billion euros in aid to Ukraine since the beginning of the Russian Federation invasion]. Retrieved from <https://armyinform.com.ua/2024/05/04/nimechchyna-nadala-ukrayini-dopomogy-na-32-mlrd-yevro-vid-pochatku-vtorgnennya-rf/> [in Ukrainian].