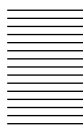


# СУЧАСНИЙ ВИМІР ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ В СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ



**Черненко Тетяна Василівна,**  
кандидат філософських наук

*Стаття присвячена* аналізу концептів «стратегічні комунікації» та «публічна дипломатія». Зокрема, досліджено визначальні характеристики цих понять та акцентовано увагу на сучасних аспектах можливостей застосування інструментів публічної дипломатії з метою просування національних інтересів України.

**Ключові слова:** публічна дипломатія, стратегічні комунікації, Україна.

**Chernenko Tetiana**

## THE MODERN DIMENSION OF PUBLIC DIPLOMACY IN THE SYSTEM OF STRATEGIC COMMUNICATIONS

*The article* analyzes the concepts of strategic communication and public diplomacy. In particular, the author studied defining characteristics of these concepts and focused his attention on modern aspects of capacity of use of the tools of public diplomacy for the promotion of the national interests of Ukraine.

**Keywords:** public diplomacy, strategic communications, Ukraine.

Попри відсутність принципів суперечностей щодо понять «стратегічні комунікації» та «публічна дипломатія» у науково-практичному дискурсі існують суттєві розбіжності в їх інтерпретації. Зважаючи на значне погіршення безпекової ситуації у світі, існує нагальна необхідність вивчення феномена публічної дипломатії як важливої складової стратегічних комунікацій і дослідження її можливостей як одного з ефективних інструментів запобігання та розв'язання конфліктів на користь національних інтересів країни.

**Метою статті** є аналіз сучасного виміру публічної дипломатії, а також тих, у тому числі абсолютно нових, її характеристик, які дозволяють більш системно зрозуміти сенс та вагу цього важливого компонента у структурі стратегічних комунікацій та можливостей її застосування для забезпечення національної безпеки держави.

*Велика перемога противника –  
якщо він змушує вас вірити тому,  
що про вас говорять.*

П. Валері, французький поет і філософ

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Поняття стратегічних комунікацій досліджувалось свого часу радше з точки зору практичного застосування у сфері маркетингу, менеджменту та публік релейшенз (PR). Цій проблематиці були присвячені роботи С. Бьорда (C. Bird), П. Корніша (Paul Cornish), Дж. Фарвелла (James Farwell), С. Джонсона (Stuart Johnson), Дж. Ліндлі-Френча (Julian Lindley-French), К. Йорке (Claire Yorke), С. Тетема (Steve Tatham), Ф. Тейлора (Philip Taylor), К. Халлахан (Kirk Hallahan); Ф.Шьона (Fletcher Schoen), К. Дж. Ламба (Christopher J. Lamb), Д. Хольцхаузен (Derina Holtzhausen). На вітчизняних теренах небагато дослідників феномена стратегічних комунікацій. Одними із засадничих вітчизняних досліджень можна назвати роботи Г. Почепцова [1]. Увагу передумовам виникнення та інституалізації стратегічних комунікацій,

а також умовам ефективності їх застосування та перспективам розвитку приділила А. Баровська [2], взаємопов'язаність понять стратегічних комунікацій та публічної дипломатії досить ґрунтовно досліджує С. Гуцал [3], В. Петров досліджує проблему застосування стратегічних комунікацій як ефективного інструменту протидії у гібридній війні [4], С. Соловійов присвятив статтю основним характеристикам стратегічних комунікацій [5].

Дослідження феномена публічної дипломатії має довшу історію, і, відповідно, ширше коло дослідників, бо сам термін «публічна дипломатія» виник набагато раніше терміна «стратегічні комунікації». У різний час проблеми становлення феномена публічної дипломатії досліджували Дж. Най (*Joseph Nye*), Е. Гулліон (*Edmund Gullion*), Дж. Даффі (*J. Duffey*), Х. Тач (*Hans Tuch*), К. Л. Адельман (*Kenneth L. Adelman*), П. Шарп (*Paul Sharp*), Б. Хокін (*Brian Hocking*), Е. Блінкен (*Antony Blinken*), Н. Сноу (*Nancy Snow*), Ф. Тейлор (*Philip M. Taylor*), М. Леонард (*Mark Leonard*), Я. Мангейм (*J. Manheim*), Я. Меліссену (*Jan Melissen*), Е. Пламрідж (*Hester Plumridge*) та багато інших. Українські дослідження публічної дипломатії (В. Ціватий, В. Крутько, Є.Макаренко та ін.) насамперед розкривають історію існування цього феномена та приділяють значну увагу проблемам методології і визначення поняття.

Зважаючи на багатовимірність характеристик пропонованих до розгляду феноменів, можна констатувати неусталеність визначень як феномена стратегічних комунікацій, так і феномена публічної дипломатії.

Слід зауважити, що до цього часу єдиного визначення стратегічних комунікацій не існує, хоч становлення і методологічний розвиток поняття отримало в ряді засадничих документів НАТО. Поява терміна «стратегічні комунікації» у доповіді голови наукової ради з оборони федерального консультативного комітету для надання незалежних консультацій міністрові оборони США Вінсента Вітто у 2001 р. створила нові можливості у розвитку безпекової галузі, повернула увагу до важливості та «витонченості» стратегічних комунікацій (*sophisticated strategic communications*), які можуть стати одним із визначальних факторів порядку денного і створювати контекст, що сприятиме досягненню політичних, економічних та військових цілей [6, с. 1]. Утім, у доповіді не було запропоновано

жодного конкретного визначення, проте окреслювались найголовніші ознаки нововведеного поняття, такі як довгостроковість і націленість на віддалений, стратегічний результат [6, с. 57]. Словник військових та асоційованих термінів Міноборони США визначив стратегічні комунікації як «зосередження зусиль уряду на розумінні та залученні ключових аудиторій з метою створення, зміцнення чи збереження сприятливих умов для просування державних інтересів США, із використанням скоординованих програм і планів, синхронних з діями усіх інструментів державної влади» [7, с. 230], що привертає увагу до найважливіших ознак та принципів стратегічних комунікацій — координованості, синхронності зусиль, зосередження уваги на ключових аудиторіях.

Уперше інструментарій стратегічних комунікацій було чітко окреслено у 2009 р. генеральним секретарем Ради НАТО А. Расмусеном, який запропонував визначити стратегічні комунікації як «скоординоване і належне використання комунікативних можливостей і діяльності НАТО — публічної дипломатії, зв'язків із громадськістю, військових зв'язків із громадськістю, інформаційних та психологічних операцій у разі необхідності підтримки політики Альянсу, операцій і заходів та з метою просування цілей НАТО» [8]. Доповідь Міністерства оборони США щодо стратегічних комунікацій 2009 р. внесла уточнення до набору засобів стратегічних комунікацій. Ними стали: публічна дипломатія та зв'язки із громадськістю, які необхідно **координувати з проведенням консультацій та співпрацею**. Стратегічна концепція оборони та безпеки членів Організації Північноатлантичного договору, на нашу думку, більш поглиблено визначила сутність стратегічних комунікацій, бо визнала їх **«процесом інтеграції досліджень сприйняття аудиторії та зацікавлених сторін у процесі вироблення політики, планування та операцій на кожному рівні; узгодження множинності складників різних операцій для підтримки національних цілей. При цьому обмін смислами, зворотний зв'язок так само важливий, як і трансляція повідомлень; дії у фізичному просторі також містять інформаційну складову»** [9].

Оприлюднене Центром стратегічних комунікацій НАТО 2011 р. дослідження «Стратегічні комунікації та національна стратегія» зафіксувало відсутність актуального визначення стратегічних комунікацій, але, на нашу думку, саме запропоноване визначення характеру страте-

гічних комунікацій як «гнучкого та адаптивного» [10, с. 3] дає можливість не обмежуватись усталеним переліком інструментарію для більш ефективного застосування стратегічних комунікацій.

Тобто, на наше переконання, найбільш сутнісною характеристикою стратегічних комунікацій є координація інформаційних впливів між собою та прихилити до себе ключову аудиторію. Власне, ми пропонуємо таке визначення стратегічних комунікацій: **процес застосування скоординованих комунікативних засобів інформаційного впливу із залученням зацікавлених сторін з метою досягнення стратегічних цілей держави.** Це визначення створює можливість для досить широкого тлумачення в тому числі й феномена публічної дипломатії як однієї з найбільш невизначених, але й найбільш потенційно ефективних складових стратегічних комунікацій.

Спочатку поняття «публічна дипломатія» (ПД) містило сенсові ознаки не тільки і навіть не стільки державницького, скільки суспільного явища. Саме тому термін було запропоновано для широкого використання «як спробу дистанціювання від негативного забарвлення феномена пропаганди. Вважається, що вперше термін «публічна дипломатія» вжив у 1965 р. Е. Гулліон у зв'язку із заснуванням Центру публічної дипломатії ім. Едварда Р. Мерроу» [3, с. 162], і визначався він як «діалог із найбільш значущих питань міжнародних відносин між представниками експертного середовища та громадянського суспільства різних країн».

Тривалий час ПД існувала як один із різновидів комунікативно-інформаційної дії для забезпечення реагування на існуючі або новотворені проблеми у міжнародних відносинах та сприймалась як один із допоміжних інструментів «м'якої сили». Понад 40 років це була одна з ключових сфер діяльності Інформаційної агенції Сполучених Штатів (*USIA*), ліквідованої у 1999 р. *USIA* визначало метою ПД просування національних інтересів і національної безпеки США через порозуміння, інформування та вплив на зарубіжні аудиторії, у тому числі й через розширення міждержавних громадських зв'язків.

Упродовж наступних двох років після трагічних подій 11 вересня 2001 р., завдяки прискіпливому дослідженню громадської думки у багатьох країнах, особливо арабського світу, до яких вда-

лися провідні аналітичні центри США, феномен публічної дипломатії отримав нове змістове наповнення у доповіді Консультативної групи з питань публічної дипломатії в арабському та мусульманському світі, яка обґрунтувала нагальну необхідність утворення нового офісу Білого дому з організації стратегічного управління та урядової координації публічної дипломатії [11]. Доповідь Федерального уряду США 2009 р. зафіксувала неабиякі успіхи в роботі з розвитку публічної дипломатії, інструменти якої на практиці довели свою ефективність щодо можливості створення позитивних змін для суспільного сприйняття США у світі. Особливо акцентувалося на тому, що саме ПД має стати одним із пріоритетних напрямів діяльності Білого дому, а її науково-аналітична та фінансова підтримка державою – розширена.

Саме цій доповіді можна завдячувати уведенням ПД до системи стратегічних комунікацій, бо «публічна дипломатія має справу із впливом суспільних соціальних установок на формування та здійснення зовнішньої політики. Це охоплює виміри міжнародних відносин поза традиційною дипломатією... включаючи формування урядами громадської думки в інших країнах; взаємодію приватних груп та інтересів в одній країні з такими в інших... та міжнаціональний потік інформації та ідей» [12].

За визначенням Державного департаменту США [13], ПД – це «програми, що фінансуються урядом і спрямовані на інформування чи вплив на громадську думку зарубіжних країн через публікації, кінопродукцію, обміни у сфері культури, радіомовлення та телебачення» [13]. Інструментальну базу ПД було значно розширено. Освітні програми, наукові та культурні обміни, спільні публічні заходи, семінари, конференції, прес-конференції, громадські дебати, різні проекти, дослідження, публікації, радіо-, теле-, кінопродукція та відкритий політичний діалог – усім цим інструментам ПД надається надзвичайна вага у просуванні позитивного міжнародного іміджу США. Феномен ПД не можна назвати політично інноваційним інтелектуальним продуктом, незважаючи на суттєве посилення ваги ПД, яке викликане появою нових учасників світової політики. Недержавні суб'єкти різного рівня (від міжнародних та наднаціональних інституцій – ПАРЄ, ОБСЄ, «Лікарі без кордонів», до малих некомерційних організацій, що вирішують проблеми загальногуманітарного спектру) в умовах глобалізації ін-

формаційного простору відкривають нові можливості для ефективного застосування ПД саме як важливого інструменту «м'якої сили», бо особливістю ПД є саме об'єкт її спрямування.

Головною метою впливу ПД є соціум, його різноманітні сегменти — від простих громадян до інститутів громадянського суспільства, у результаті впливу на які в конкретній країні відбувається формування необхідної суспільної думки, що, в свою чергу, впливатиме як на зовнішньополітичний курс керівництва держави, так і на ставлення різноманітних структур громадянського суспільства до країни — ініціатора процесу ПД. Таким чином, ПД не тільки можна, а й необхідно розглядати як один з інструментів м'якої сили, головна мета якої — за допомогою різних активів (освіти, культури, мистецтва, моди тощо) працювати над створенням позитивного міжнародного іміджу держави — провідника ПД. У цьому контексті доречним видається застосування ПД і для пошуку нових та активізації існуючих каналів **взаємодії** з метою позиціонування та просування культурно-ціннісних (як наслідок — економічних та політичних) орієнтирів країни — суб'єкта ПД. Протягом останніх десяти років публічна дипломатія посіла почесне місце в зовнішньополітичній діяльності країн світу. Помилковим сьогодні визнається колишнє ставлення до публічної дипломатії як до засобу вирішення проблем, що вже з'явилися. Публічна дипломатія є превентивним механізмом у зовнішній політиці держави [14], бо якісне застосування механізмів ПД опосередковано сприяє упередженню спроб дискредитації політики країни — провідника ПД. Найбільш принциповою відмінністю публічної дипломатії від класичної є її суб'єкт, бо його можна визначити як частину громадянського суспільства. Це наповнює поняття важливим змістом синергетичної взаємодії державних і суспільних ініціатив. Розуміння державами ефективності застосування практик ПД для просування власних інтересів на міжнародній арені підкріплюється поступовим збільшенням фінансування публічної дипломатії урядами, а також намаганням розширити інструментарій ПД. Зокрема, останнім часом спостерігається використання релігійних організацій різної конфесійної приналежності як структурного елементу ПД. Формально міністерства закордонних справ, військові та спеціальні служби країн не є складовими публічної дипломатії, утім не можна визнавати публічну дипломатію і як самостійну, незалежну від державного впливу, сферу діяльності, бо одним з головних завдань публічної диплома-

тії саме і є створення позитивного міжнародного іміджу країни, що дозволяє державі вирішувати багато економічних та політичних завдань. За визначенням одного з найбільших фахівців у сфері досліджень питань ПД К. Росе, «стовпами», тобто основними складовими успішного функціонування публічної дипломатії є такі: захист політичного курсу, тобто здобуття розуміння зарубіжної громадськості; пошук і створення сфер взаємних інтересів (тобто важливість врахування специфіки зарубіжних аудиторій та подолання існуючих стереотипів сприйняття, акцент уваги на спільних рисах); поширення послідовних правдивих повідомлень, які викликають довіру; адаптація повідомлень до сприйняття конкретними аудиторіями (грунтовне дослідження громадської думки та розуміння культурного розмаїття; національні та транснаціональні ЗМІ; співробітництво з глобальними корпораціями, гуманітарними організаціями, національними спільнотами за кордоном тощо; підтримка діалогу та здійснення освітніх і культурних обмінів для встановлення довіри і взаєморозуміння [15].

Важливою відмінністю ПД від пропаганди є методи та цілі впливу. Перш за все це виключення з практики застосування ПД такого методу впливу, як дезінформація, приклади застосування якої було розгорнуто з «благословення» керівництва Російської Федерації у безпрецедентній пропагандистській кампанії проти нашої країни по всьому світу.

Російська військова агресія в Україні стала масштабним глобальним викликом. Утім, саме недостатня увага України до можливостей публічної дипломатії і, навпаки, величезні ресурси, задіяні Росією зі свого боку (як фінансові, так і технічні та дипломатичні), створили підґрунтя для дещо розгубленої реакції країн Заходу, міжнародних інститутів на анексію Кримського півострова та подальше військове вторгнення на територію суверенної держави у центрі Європи. Більш того, тільки після трагедії з малайзійським Боїнгом, збитим російськими військовими, увага європейської громадськості зосередилась на подіях в Україні. Проблема з розумінням українських подій у світі полягає у відсутності об'єктивної інформації про нашу країну, її трагічну та захоплюючу історію, культуру, її драматичне сьогодення.

Значні та ефективні зусилля російської пропагандистської машини уможливили сприйняття світовою спільнотою ситуації в Україні саме

крізь призму роз'яснень подій російськими політиками, експертами, митцями, науковцями. Однак слід зауважити, що намагання керівництва РФ перетворити інструменти публічної дипломатії на пропагандистські засоби врешті-решт призвели до зворотного ефекту, який Джозеф С. Най, колишній помічник міністра оборони США, відомий політолог, професор Гарвардського університету, назвав «парадоксом надміру інформації»<sup>1</sup>. Після відвертих «фейкових» новин про події у самій Європі (на кшталт «згвалтування» російськомовної неповнолітньої дівчини у Німеччині), скандалів з підкупом ряду відомих європейських політиків з метою «розхитати» внутрішньоєвропейську ситуацію та навколо збитого малайзійського Боїнга МН17, боротьба України за свій суверенітет та відновлення територіальної цілісності нарешті привернула необхідну суспільну увагу громадян ЄС. На тлі стрімкого розвитку інформаційних технологій та посилення впливу недержавних учасників світового політичного процесу отриманий останніми роками досвід вимагає внесення коректив як до використання опитувань і досліджень громадської думки, аналізу цільових аудиторій, так і застосування можливостей мережних інформаційних впливів.

Слід наголосити, що важливим аспектом досягнення успіху у застосуванні інструментів ПД є аксіологічне наповнення її дії. Ряд країн (до прикладу, Канада, Японія, Австралія, Нідерланди, Швеція) значно переважають за його результатами у процесі діалогу та налагодження відносин з іншими акторами міжнародних відносин для впровадження гуманітарних та ліберальних цінностей у міжнародну сферу безпеки та політики. Завдяки спільній прихильності до демократії у внутрішній політиці, довірі та м'якій силі у вирішенні конфліктів, схильності до співпраці з недержавними суб'єктами з питань глобального управління цим країнам вдається вирішувати питання позитивного позиціонування у світі без необмеженого збільшення витрат на цю сферу. Однак ідеться не про економію на фінансуванні, а лише про враховані цими країнами можливості, як-от створення широких коаліцій, і, таким чином, сприяння

<sup>1</sup> Свого часу після теракту 11 вересня 2001 р. Бюро міжнародних інформаційних програм (ІП) Держдепартаменту США стало ініціатором випуску брошури «Мережа тероризму». Перекладена 30 мовами для поширення серед глобальних ЗМІ, ця брошура не була прийнята, оскільки Бюро не врахувало негативного ставлення мусульмансько-арабського світу до західних ЗМІ.

розвитку спільної публічної дипломатії. Водночас факторами, що стоять на заваді повноцінній реалізації ПД цих країн, Е. Гілбоа називає політичну волю керівників цих держав та недостатню економічну підтримку [14].

Слід враховувати, що сьогодні публічна дипломатія обов'язково має включати процес створення державою інститутів (платформ), які б ставили за мету своєї роботи координацію між інформаційними державними структурами та користувачами Інтернету. Якісним прикладом застосування інструментів публічної дипломатії саме у такому вимірі може слугувати створена в Ізраїлі у 2006 році платформа *GIVUS*, за допомогою якої окремі особи, залучені на засадах краудсорсингу (що передбачає залучення необмеженої аудиторії) стали координаторами громадської участі в інтернет-акціях (написання коментарів на сайтах міжнародних видань, що опублікували антидержавні матеріали, створення та розміщення колективних петицій, збір підписів під колективними листами та петиціями, твітер-шторми тощо). На відміну від Росії, де сумновідомі «фабрики тролів» існують на засадах максимальної закритості, а працівників залучають для написання коментарів, жорстко задаючи парадигму «рускомирського» патріотизму, вкладаючи у це немалі кошти або держави, або особистих «спонсорів» керівництва Кремля<sup>2</sup>, в Ізраїлі люди залучаються до інтернет-протистояння зовнішнім викликам в інформаційному просторі на добровільних засадах.

Тобто саме одним із важливих і вагомих елементів публічної дипломатії в національній системі стратегічних комунікацій мають бути інститути громадянського суспільства, що посилять можливості побудови демократичного соціально орієнтованого суспільства. Залучення до процесу стратегічних комунікацій інститутів громадянського суспільства створює нові можливості для додаткового розвитку суспільних відносин, бо, відповідно до принципу взаємодії, вони сприяють більш відкритим і прозорим відносинам між суспільством і державою.

Слід визнати, що слухним є твердження стосовно того, що «Україна з початку Революції гідності стрімко втрачає свої позиції в інформаційно-комунікативному порядку денному, особливо в Європі. Але й сьогодні у більшості стратегічних

<sup>2</sup> Аутсорсинг (залучення вузької аудиторії) для роботи з оплаченими користувачами в конкретних місцях.

документів згадки щодо реалізації завдань публічної дипломатії та стратегічних комунікацій досить неявні або побіжні, здебільшого у контексті необхідності утвердження провідного місця України у системі міжнародних відносин, зміцнення міжнародного авторитету держави, підтримки інтеграції України у світовий інформаційний простір, популяризації України у світі та просування її інтересів» [3].

Відсутність документального закріплення ключових сучасних інструментів забезпечення національної безпеки держави – публічної дипломатії та стратегічних комунікацій – у Стратегії національної безпеки України є досить показовим, адже демонструє, що важливі інструменти, застосування яких сприяло б зміцненню нашої країни перед викликами гібридної війни сприймаються як другорядні. Лише Воєнна доктрина містить визначення стратегічних комунікацій: це «скоординоване і належне використання комунікативних можливостей держави – публічної дипломатії, зв'язків з громадськістю, військових зв'язків, інформаційних та психологічних операцій, заходів, спрямованих на просування цілей держави» [16]. Однак, незважаючи на конструктивний розвиток співпраці між НАТО та Україною (10 країн Альянсу роблять свої внески в цільові фонди і вісім країн надіслали до України своїх експертів), стратегічні комунікації в Україні лише мають стати невід'ємною частиною стратегічних документів.

Стосовно зрушень у позитивному напрямі інституалізації ПД у нашій країні необхідно зазначити, що позитивний відгук українського суспільства отримало створення у грудні 2015 р. Департаменту публічної дипломатії у складі МЗС України, який, незважаючи на брак фінансування та обмеженість людських ресурсів, досить активно співпрацює з громадськими активістами. Вже є перші здобутки: культурно-інформаційний центр, відкритий при посольстві України у Франції, Український інститут у Швеції, організація та проведення ряду інформаційних заходів у багатьох країнах Західної Європи, США та Канаді із залученням української діаспори тощо.

На нашу думку, при формуванні конкретного інструментарію сучасної публічної дипломатії необхідно звертати увагу не тільки на розроблення конкретних меседжів, загальну новинну картину світу тощо. За обставин значних та стрімких зрушень у міжнародних відносинах на перший

план у підході до розбудови ефективної публічної дипломатії виходить важливість вивчення сучасного інформаційного простору з точки зору розуміння світоглядних змін різних вікових груп, зміщення багатьох аксіологічних акцентів.

Водночас цікавим парадоксом неефективного впливу інструментів м'якої сили, у т.ч. публічної дипломатії, можна визнати значну підтримку російськими громадянами зовнішньополітичної діяльності власного керівництва: хоча вони й користуються технологічними, культурними та іншими продуктами, розробленими у США та ЄС, мавпують звички та обожують закордонні зразки поведінки, проте поєднують прихильність до поп-культури із відразливим сприйняттям зовнішньополітичної діяльності країн Заходу.

У цьому контексті хотілося б наголосити, що, на наше переконання, дещо хибним видається продовження формування меседжу віктимності України у міжнародному просторі замість поширення інформації про успіхи у сфері реформування економіки, перемоги у боротьбі з явищами корупції, наукові, мистецькі та спортивні здобутки. Недостатнє розуміння якісного загального контексту формування базових меседжів про українське громадянське суспільство як основу та дієву силу демократичних зрушень у нашій державі стоїть на заваді просуванню національних інтересів України та не сприяє досягненню цілей, відповідних можливостям ПД. Разом із тим обмеженість матеріальних ресурсів, як і брак професіоналізму, сучасного рівня підготовки співробітників дипломатичної служби (на рівні посольств) є свого роду «гібридними слабкостями» України, створює додаткові можливості для ворожих гібридних атак, у тому числі й у довгостроковій перспективі.

## Висновки

Вивчення досвіду провідних акторів міжнародної політики у сфері застосування публічної дипломатії як однієї з найважливіших складових системи стратегічних комунікацій доводить, що, незважаючи на першочергове розуміння змісту феномена ПД як дистанційованої від держави інституції в умовах різких зрушень у світовій архітектоніці міжнародних відносин та визначення порядку денного для України гібридною війною, розв'язаною РФ, публічна дипломатія та стратегічні комунікації вимагають інституалізації для

подальшої можливості їх використання державою як одних із найефективніших інструментів просування національних інтересів та запоруки успіху в реалізації її суб'єктності.

Публічна дипломатія в системі стратегічних комунікацій створює можливості для взаємодії завдяки визначенню сфери загальних інтересів та створенню простору діалогу на міжнародному рівні з метою побудови та зміцнення довготривалих дружніх відносин між країнами — учасниками діалогу, враховуючи традиції та специфіку розвитку цих країн.

Необхідність подальшого вивчення існуючого міжнародного досвіду та практики застосування інструментарію ПД сприятиме створенню підґрунтя для вітчизняних розробок альтернативних інноваційних методів та інструментів у межах публічної дипломатії як складової майбутнього впровадження системи стратегічних комунікацій в Україні і в умовах гібридної війни з Росією є для нашої держави завданням найближчого часу.

На наше переконання, необхідно перестати сприймати публічну дипломатію як щось дру-

горядне та допоміжне. Публічна дипломатія за умови ефективного та професійного підходу може стати дієвим ефективним інструментом просування прагматичного зовнішньополітичного курсу України та одним із ключових інструментів вітчизняного МЗС в обстоюванні національних інтересів України (у тому числі й за рахунок пріоритетного фінансування цієї сфери діяльності держави). Для поліпшення якості роботи у цій сфері необхідний актуальний аналіз принципів узгодженості будь-яких інформаційно-комунікативних дій як у межах публічної дипломатії, так і у площині зв'язків із громадськістю (цивільних та військових), а також детальне вивчення застосування кращих прикладів світових комунікативних урядових практик (наприклад, у форматі *one voice*).

Подальші дослідження феномена публічної дипломатії допоможуть осмислити механізми його застосування у зовнішній політиці нашої держави на довгострокову перспективу та розробити відповідні методики застосування інструментів публічної дипломатії як ефективних та сучасних засобів просування національних інтересів України та зростання її авторитету на міжнародній арені.

#### Список використаних джерел

1. *Почепцов Г.Г.* Стратегічні комунікації: стратегічні комунікації в політиці, бізнесі та державному управлінні. — К. : Альтерпрес, 2008. — 216 с.
2. *Баровська А.В.* Стратегічні комунікації: досвід НАТО [Електронний ресурс] // Стратегічні пріоритети. — 2015. — №1(34). — С. 147–151. — Режим доступу : <http://sp.niss.gov.ua/content/articles/files/24-1436781085.pdf>
3. *Гуцал С.* Публічна дипломатія та стратегічні комунікації: визначення концептуальних основ [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol\\_n/article/viewFile/2769/2473](http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/viewFile/2769/2473)
4. *Петров В.* Стратегічні комунікації як інструмент протидії у гібридній війні // Запровадження комунікації органів державної влади : зб. матер. наук.-практ. конф. / упоряд. А.В. Баровська. — К. : Фенікс, 2016. — С. 65–69.
5. *Соловійов С.* Основні характеристики стратегічних комунікацій [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [http://nuczu.edu.ua/sciencearchive/PublicAdministration/vol4/24\\_2016.pdf](http://nuczu.edu.ua/sciencearchive/PublicAdministration/vol4/24_2016.pdf)
6. *Report of the Defense Science Board Task Force on Managed Information Dissemination* [Електронний ресурс]. — С. 1. — Режим доступу : <http://www.acq.osd.mil/dsb/reports/ADA396312.pdf/>
7. *Joint Chief of Staff, Department of Defense Dictionary of Military and Associated Terms, Joint Publication 1-02, April 12, 2001 (as amended through March 4, 2008).*
8. *NATO Strategic Communications Policy* [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://info.publicintelligence.net/NATO-STRATCOM-Policy.pdf>
9. *US Department of Defense: Report on Strategic Communication* [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [http://www.au.af.mil/au/awc/awcgate/dod/dod\\_report\\_strategic\\_communication\\_11feb10.pdf](http://www.au.af.mil/au/awc/awcgate/dod/dod_report_strategic_communication_11feb10.pdf)
10. *Cornish Paul, Lindley-French Julian and Yorke Claire.* Strategic Communications and National Strategy. A Chatham House Report September 2011. — Chatham House, 2011.
11. *Changing Minds, Winning Peace: A New Strategic Direction for U.S. Public Diplomacy in the Arab and Muslim World* [Електронний ресурс] // Report of the Advisory Group on Public Diplomacy for the Arab and Muslim World. — Режим доступу : <http://www.state.gov/documents/organization/24882.pdf>
12. *National framework for strategic communication. Report of the Federal government.* — White House, Washington, 2009. — 16 p.

13. *Strategic Communication Joint Integrating Concept* [Електронний ресурс] / Department of Defence concept – Version 1.0. – 07 October 2009. – Режим доступу : [http://www.dtic.mil/doctrine/concepts/joint\\_concepts/jic\\_strategiccommunications.pdf](http://www.dtic.mil/doctrine/concepts/joint_concepts/jic_strategiccommunications.pdf)
14. *Gilboa E.* Diplomacy in the Media Age: Three Models of Uses and Effects // *Diplomacy and Statecraft*. – 2001. – № 12 (2). – P. 1–28.
15. *Ross C.* Pillars of public diplomacy. Grappling with international public opinion // *Harvard International Review*. – Summer, 2003. – P. 22–27.
16. *Воєнна доктрина України, затверджена Указом Президента України від 24 вересня 2015 року* – № 555/2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.president.gov.ua/documents/5552015-19443>

## References

1. *Pocheptsov, G. (2008).* Stratehichni komunikatsiyi: stratehichni komunikatsiyi v politytsi, biznesi ta derzhavnomu upravlinni [Strategic communications: strategic communication in politics, business and public administration]. Kyiv: Alterpres [in Ukrainian].
2. *Barovska, A.V. (2015).* Stratehichni komunikatsiyi: dosvid NATO [Strategic communication: the experience of NATO]. *Stratehichni priorytety – Strategic priorities*, 1(34), 147–151 [in Ukrainian].
3. *Hutsal, S. (2016).* Publichna dyplomatiya ta stratehichni komunikatsiyi: vyznachennya kontseptual'nykh osnov [Public diplomacy and strategic communication: definition of conceptual basis]. *journals.iir.kiev.ua* Retrieved from: [http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol\\_n/article/viewFile/2769/2473](http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/viewFile/2769/2473) [in Ukrainian].
4. *Petrov, V. (2016).* Stratehichni komunikatsiyi yak instrument protydii u hibrnydiy viyni [Strategis communication as a countermeasure in hybrid war]. In Barovska, A.V. (Ed.). *Zaprovadzhennya komunikatsiyi orhaniv derzhavnoyi vlady – Implementation of communication of public authorities: Proceedings of the International Scientific and Practical Conferenc.* (pp. 65–69). Kyiv: Feniks [in Ukrainian].
5. *Solovyov, S. (2016).* Osnovni kharakterystyky stratehichnykh komunikatsiy [The main features of strategic communication]. *nuczu.edu.ua* Retrieved from: [http://nuczu.edu.ua/sciencearchive/PublicAdministration/vol4/24\\_2016.pdf](http://nuczu.edu.ua/sciencearchive/PublicAdministration/vol4/24_2016.pdf) [in Ukrainian].
6. *Report of the Defense Science Board Task Force on Managed Information Dissemination.* (2001). *www.acq.osd.mil* Retrieved from: <http://www.acq.osd.mil/dsb/reports/ADA396312.pdf/> [in English].
7. *Joint Chief of Staff. Department of Defense Dictionary of Military and Associated Terms. Joint Publication 1–02.* (2008). *www.dtic.mil* Retrieved from: [http://www.dtic.mil/doctrine/new\\_pubs/jp1\\_02.pdf](http://www.dtic.mil/doctrine/new_pubs/jp1_02.pdf) [in English].
8. *NATO Strategic Communications Policy.* (2009). *info.publicintelligence.net* Retrieved from: <http://info.publicintelligence.net/NATO-STRATCOM-Policy.pdf> [in English].
9. *US Department of Defense. Report on Strategic Communication.* (2010). *www.au.af.mil* Retrieved from: [http://www.au.af.mil/au/awc/awcgate/dod/dod\\_report\\_strategic\\_communication\\_11feb10.pdf](http://www.au.af.mil/au/awc/awcgate/dod/dod_report_strategic_communication_11feb10.pdf) [in English].
10. *Cornish, Paul, Lindley-French, Julian, Yorke, Claire.* (2011). *Strategic Communications and National Strategy. A Chatham House Report.* London: Chatham House [in English].
11. *Changing Minds, Winning Peace: A New Strategic Direction for U.S. Public Diplomacy in the Arab and Muslim World.* (2003). *www.state.gov* Retrieved from: <http://www.state.gov/documents/organization/24882.pdf> [in English].
12. *National framework for strategic communication.* (2009). Washington: White House [in English].
13. *Strategic Communication Joint Integrating Concept.* (2009). *www.dtic.mil* Retrieved from: [http://www.dtic.mil/doctrine/concepts/joint\\_concepts/jic\\_strategiccommunications.pdf](http://www.dtic.mil/doctrine/concepts/joint_concepts/jic_strategiccommunications.pdf) [in English].
14. *Gilboa, E. (2001).* Diplomacy in the Media Age: Three Models of Uses and Effects. *Diplomacy and Statecraft*, 12 (2), 1–28 [in English].
15. *Ross, C. (2003).* Pillars of public diplomacy. Grappling with international public opinion. *Harvard International Review*, 25 (2), 22–27 [in English].
16. *Voyenna doktryna Ukrayiny [Military doctrine of Ukraine].* (2015). *www.president.gov.ua* Retrieved from: <http://www.president.gov.ua/documents/5552015-19443> [in Ukrainian].