

УДК 342.3-048.44

Лисенко Ю.В.,

*к.політ.н., доцент, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»,
lyuv2@ukr.net*

Манелюк Ю.М.,

*к.політ.н., доцент, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»,
mjm@ukr.net*

Україна, м. Київ

ПУБЛІЧНА ДИПЛОМАТІЯ ЯК ВАЖЛИВИЙ ІНСТРУМЕНТ ЗОВНІШНЬОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ В РЕАЛІЯХ ГЛОБАЛІЗОВАНОГО СВІТУ

Авторами розглянуто феномен публічної дипломатії, як важливого тренду сучасної зовнішньої політики держави. Досліджено ключові характеристики понять та визначено засоби і методи функціонування публічної дипломатії. Проаналізовано концепції політичної дипломатії, розкрито тенденції громадської дипломатії, можливість її впливу на політичні процеси, роль «м'якої сили» та її співвідношення із громадською дипломатією. Обґрунтовано важливість впровадження практики публічної дипломатії в Україні з метою обстоювання національних інтересів та просування позитивного міжнародного іміджу держави.

Ключові слова: публічна дипломатія, «м'яка сила», зовнішньополітична діяльність, національні інтереси, іноземна аудиторія.

Постановка проблеми: Глобалізація формує нові виклики для України в контексті її успішної інтеграції у світовий політичний простір і формування позитивного іміджу як демократичної країни. Створення позитивного та керованого іміджу є однією з найважливіших складових зовнішньої політики будь-якої держави для успішного позиціонування на міжнародній арені. Позитивний образ держави в масовій свідомості необхідний насамперед для успішного просування та реалізації національних інтересів. У цьому аспекті особливо важливою є комунікативна політика держави, одним із ключових напрямів якої є формування сприятливого образу держави, її громадян, зовнішньої та внутрішньої політики, культурних цінностей та способу життя громадян. Значення публічної дипломатії як практичного інструменту реалізації політики невідносно зростає в умовах глобалізації, а тому, на нашу думку, потребує більш глибокого вивчення і узагальнення.

Аналіз попередніх досліджень: Серед дослідників публічної дипломатії можна виокремити таких зарубіжних вчених, як Е. Гулліон, К.Л. Адельман, Дж. Най, Х. Тач, М. Леонард, Б. Хокін, Е. Пламрідж та ін. Проблему публічної політики висвітлено у працях вітчизняних науковців: Н. Карпчук, С. Гуцал, Є. Макаренка, О. Тищенко-Тишковець, О. Кучмій, І. Гавриленко, та ін.

Мета: Дослідити поняття та сутність публічної дипломатії, засоби та методи її функціонування. Визначити ступінь впливу публічної дипломатії як інструменту зовнішньої політики на формування міжнародних зв'язків і охарактеризувати наскільки вагомим є цей вплив для зовнішньої політики України.

Основні результати дослідження: Публічна дипломатія – дипломатія нового покоління, нового мислення і нового світоустрою. Підходи до визначення сутності «публічної дипломатії» еволюціонують і цьому сприяє розвиток міжнародних відносин і поява таких загальносвітових процесів як глобалізація та інформатизація

суспільства. Дипломатія в контексті розвитку громадянського суспільства сприяє зростанню участі безпосередньо самого суспільства у формуванні та реалізації зовнішньої політики держави, тому поруч з офіційною дипломатією стрімко розвивається публічна дипломатія, спрямована на населення країни [1].

Публічна дипломатія – дії, спрямовані на будівництво довгострокових відносин, захист цілей національної зовнішньої політики і кращого розуміння цінностей та інститутів власної держави за кордоном. Публічна дипломатія просуває національні інтереси і забезпечує національну безпеку шляхом вивчення настроїв іноземної громадської думки, інформування і його впливу на тих, хто це формує думку. Публічна дипломатія в основному націлена на масову аудиторію. Вона виходить з того припущення, що громадська думка може надати значний вплив на свої уряди і політичні системи. Будь-який вид публічної дипломатії направлений на певну аудиторію, використовує відповідний цій аудиторії мову і образи. Саме це дозволяє їй досягти поставлених політичних цілей.

Вважається, що вперше термін «публічна дипломатія» використав у 1965 р. Е. Гулліон у зв'язку із заснуванням при Школі права та дипломатії ім. Флетчера при Університеті Тафтс Центру публічної дипломатії ім. Едварда Р. Мерроу (Edward R. Murrow) [2].

Поняття громадської дипломатії тісно пов'язане з розробленою американським політологом Дж. Найем-молодшим концепцією «м'якої сили» (soft power) – здатності добиватися бажаного на основі добровільної участі союзників, а не за допомогою примусу. «М'яка сила» проявляється у спонуканні осіб до прийняття певних установок, при цьому, на відміну від «жорсткої сили», «м'яка» здатна досягнути тієї ж мети за значно менші кошти. Джозеф Най вказує три джерела «м'якої сили» держави: політичні дії, культура і цінності. А громадська дипломатія – це засіб, за допомогою якого держава може розповісти світу про себе [3].

Державний департамент США визначає термін «публічна дипломатія» як «програми, що фінансуються з боку уряду і які спрямовані на інформування чи вплив на громадську думку закордонних країн через публікації, кінопродукцію, обмін у сфері культури, радіомовлення та телебачення» [4].

Основою публічної дипломатії є культурні та громадські заходи, зокрема:

- освітні програми обміну;
- міжнародні кінофестивалі;
- вивчення іноземних мов;
- художні виставки і шоу;
- міжнародне телерадіомовлення (передача новин через бюджетне міжнародне радіо, телебачення та Інтернет);
- промови політиків тощо [4].

Науковці виділяють наступні три виміри публічної дипломатії [1]:

1. Публічна дипломатія як лобістська діяльність.

Це форма короткострокової комунікації з метою здійснення необхідного впливу державою на прийняття певного рішення за кордоном. За допомогою публічної дипломатії можна переконати цільову аудиторію, а саме тих, хто приймає рішення (наприклад парламентаріїв або членів уряду іншої держави), змінити їхню позицію на свою користь.

2. Публічна дипломатія як міжнародні зв'язки з громадськістю.

Форма комунікації з метою досягнення середньострокових цілей. Має ширше підґрунтя, ніж лобіювання, виходить за рамки політичної доцільності та зачіпає, наприклад, економічні або культурні питання.

3. Публічна дипломатія як процес просування національного іміджу або бренду.

Найбільш комплексний та складний вимір, спрямований на створення або перетворення та просування позитивного міжнародного іміджу держави. Відомі яскраві приклади: іміджева кампанія Іспанії після падіння диктатури Франко з метою приєднання до клубу європейських демократичних держав; кампанія Великої Британії «Крута Британія», покликана модернізувати консервативні образи країни у світі тощо.

Використовуючи інформаційно-комунікативні можливості публічної дипломатії, керівництво держави може досягти таких цілей, як:

- підвищення обізнаності про країну;
- формування позитивного сприйняття країни іншими акторами міжнародних відносин;
- вплив на поведінку громадськості (залучення інвестицій, здобуття громадської підтримки для позиції держави, переконання політиків сприймати країну як союзника тощо) [1].

Для досягнення цих цілей публічна дипломатія має охоплювати три виміри:

1. Комунікація зі щоденних проблем, тобто пояснення внутрішньо- та зовнішньополітичних дій і рішень уряду.

2. Стратегічна комунікація, яка за своєю сутністю нагадує політичну

компанію: поширення сукупності тематичних повідомлень і планування серії символічних подій з їх подальшою візуалізацією для посилення ефекту.

3. Розвиток тривалих взаємовідносин на індивідуальному рівні з політиками, журналістами, вченими, біз-

несменами та іншими лідерами думки через програми обміну, організацію семінарів, конференцій та забезпечення доступу до іншомовних мас-медіа.

Публічна дипломатія може бути *традиційною* (інформаційна пропаганда через радіо, телебачення, кіно; навчання окремих соціально-професійних груп населення з метою формування лояльної еліти, поширення політичної культури за допомогою виставкової діяльності, кіно тощо) та *цифровою* (розміщення радіо- та телепередач у мережі інтернет, розповсюдження літератури у цифровому форматі, моніторинг дискусій у блог-просторі зарубіжних країн; створення сторінок державних установ, посольств, інших організацій, а також персоніфікованих сторінок членів уряду, постів у соціальних мережах; розсилка інформації через мобільні телефони тощо).

Цифрова дипломатія має здебільшого прикладний характер і особливо корисна в роботі із зарубіжною аудиторією, в питаннях трансляції офіційної позиції та формування іміджу держави. Важливо розуміти, що дипломатію в її звичному розумінні вона навряд чи коли-небудь замінить. Закриті переговори залишаться закритими. Втім цифровій дипломатії до снаги пояснити, чому прийнято те чи інше рішення, яких результатів воно досягне, як вплине на зовнішньополітичний процес, тобто відкрити доступ широкій громадськості до результатів діяльності традиційної дипломатії.

Зараз відкритість – це вимушена необхідність для держави, яка працює в інформаційному просторі на рівні з іншими джерелами інформації. Якщо не наповнювати цей простір об'єктивною інформацією, його наповнять інші. Цифрова дипломатія якраз і покликана оперативного надавати адекватну інформацію, спростовувати некоректні відомості, підтверджувати відомості з офіційних джерел [1].

Співробітники американського провідного аналітичного центру RAND вважають, що для розкриття основних характеристик публічної дипломатії її доцільніше порівнювати з традиційною, або «офіційною» дипломатією.

По-перше, публічна дипломатія є відкритою, прозорою для широкого кола громадськості, у той час як розголошення інформації про «офіційну» дипломатичну діяльність є дуже обмеженим.

По-друге, в рамках публічної дипломатії комунікації здійснюються за схемою «уряди – громадськість». Традиційна ж дипломатія передбачає взаємодію лише на рівні урядів країн.

По-третє, в офіційній дипломатії основна увага приділяється поведінці і політиці урядів, у випадку публічної дипломатії першорядне значення надається ставленню і поведінці громадськості. Залежно від ступеня впливу настроїв громадськості на урядові стратегії публічна дипломатія може справляти опосередкований вплив через населення на політику урядів.

Частина дослідників розуміє публічну дипломатію як своєрідну програму популяризації, яка має за мету зацікавити та спонукати людей мислити певним чином, вигідним для країни, що веде публічну дипломатію.

Ще один підхід до розуміння сутності публічної дипломатії розглядає публічну дипломатію з позиції психології спілкування:

по-перше, публічна дипломатія – це засіб здійснення зовнішньої політики держав шляхом знаходження опти-

мального варіанту впливу на громадську думку, яка сьогодні значно впливає на вироблення та реалізацію зовнішньої політики держав. Сфера публічної дипломатії охоплює внутрішню і зовнішню аудиторію, вона реалізується як урядами, міжурядовими міжнародними організаціями, так і неурядовими акторами;

по друге, публічна дипломатія – це спілкування з широкою аудиторією. Сучасні дипломати є активними учасниками публічної дипломатії. Вони виступають перед громадянами інших держав, дають інтерв'ю ЗМІ, організовують прес-конференції та міжнародні брифінги. Таким чином, публічна дипломатія створює транснаціональне комунікативне поле [1].

Головне для держави – зрозуміти, що діяльність ця повинна здійснюватися не в інтересах якоїсь політичної групи чи бюрократичного клану, а суспільства і країни в цілому. В цілях активізації публічної дипломатії, на думку А.В. Лукіна, було б доцільно на прикладі інших країн призначити посадову особу чи відомство, яке координувало б її на загальнодержавному рівні. Таким чином, за для розвитку і ефективного залучення публічної дипломатії насамперед необхідно підтримувати постійне спілкування з різними верствами населення, так як публічна дипломатія це засіб здійснення впливу на населення. Відповідно до поглядів вищезгаданих дослідників, учасниками публічної дипломатії повинні виступати різні прошарки населення, незважаючи на їх соціальні, релігійні, культурні тощо відмінності.

З часу здобуття Україною незалежності іноземні держави активно намагаються вплинути на хід внутрішньополітичних процесів у нашій державі, а також на її позицію у міжнародних відносинах. Такий вплив охоплює й інформаційну діяльність, включаючи пропагандистські методи, що часто не відповідає національним інтересам України. Особливо помітно це сьогодні, коли Україна намагається забезпечити територіальний суверенітет і прагне укріпитись на міжнародній арені як самостійний актор. Інформаційні зусилля іноземних держав, передусім Росії, щодо України звернені не лише до української аудиторії, а й до населення інших країн світу. Однак, в умовах війни на сході позиція західних партнерів є для України критично важливою. Тому необхідно переконати світову аудиторію підтримувати нашу країну сьогодні, у тому числі й шляхом формування позитивного іміджу України, її влади і населення та продемонструвати готовність українського суспільства категорично відмовитись від рудиментів тоталітарного радянського минулого. Одним із способів досягнення такої мети є використання заходів публічної дипломатії (ПД) у зовнішньополітичній діяльності.

Актуальним у вирішенні окреслених завдань для України може бути світовий досвід [5, 6]. У працях вітчизняних науковців, зокрема у дослідженні Н. Карпчук зустрічаємо, що публічна дипломатія була зорієнтована на формування й просування позитивного іміджу Польщі в країнах-членах ЄС й подолання негативних стереотипів. З цією метою розробляли спеціальні заходи й таргетовані меседжі на основі вивчення громадської думки країн ЄС про Польщу. Уся зовнішньополітична комунікація підкріплювалася комунікаційними заходами на національному рівні. Отже, досвід Польщі є показовим для України, яка проголосила курс на європейську

інтеграцію, одночасно маючи не надто привабливий образ для ЄС. Результати опитувань і контент-аналізу преси, які проводилися в найвпливовіших державах ЄС, засвідчили, що Польща – країна невідома й здебільшого має негативний імідж. Основні асоціації: бідність, релігійність, концентраційні табори й Голокост Другої світової війни, Солідарність та зміни 1989 р. Зважаючи на це, вирішено було подавати якомога більше інформації про країну, щоб сформувати раціональне підґрунтя для формування іміджу і подальшого брендингу Польщі [5].

Основою ПД будь-якої держави є міжнародні інформаційні програми, які полягають у розповсюдженні потрібної інформації серед населення інших країн. Шляхами її розповсюдження є різноманітна друкована продукція, веб-сайти з текстовим, аудіо- та відео контентом, а також безпосередні контакти громадських дипломатів чи визначних осіб із зарубіжною цільовою аудиторією. Також, одним із основних заходів громадської дипломатії є міжнародне телерадіомовлення, спрямоване на слухачів та глядачів зарубіжних країн.

Запорукою успішного здійснення публічної дипломатії держави є вдала реалізація культурної дипломатії, освітніх програм та програм професійного обміну тощо. В Україні відсутні державні програми, цілісна доктрина та спеціалізоване законодавство щодо громадської дипломатії. Заходи української влади, передусім Міністерства закордонних справ, які можна віднести до ПД охоплюють широкий спектр ініціатив, що стосуються культури, освіти, іміджу, але їх реалізація є не завжди якісною [7, с.20].

Для подолання існуючої кризи Україна змушена вести боротьбу із Російською Федерацією за іноземну аудиторію. Москва спромоглася створити широкомасштабну систему державної пропаганди, що охоплює не тільки власне населення, а й населення багатьох інших країн. На підтримку ЗМІ РФ витрачає більше коштів ніж будь-яка інша держава світу (у 2012 році – \$1.6 млрд.) [8, с.20-21]. Велика частина цих ЗМІ здійснює діяльність, спрямовану на закордонну аудиторію, яка користується значним попитом, у тому числі й у країнах Заходу [9].

Російські ЗМІ іноземними мовами (наприклад, телевізійна компанія Russia Today здійснює мовлення англійською, іспанською та арабською мовами) в умовах щедрих фінансування завойовують все більші аудиторії, а їхні передачі є достатньо рейтинговими у Європі та США. Зважаючи на цей факт та на недоступність українських ЗМІ для західного глядача, російські інформаційні ресурси стають основним джерелом інформації в регіоні не лише для широких мас, але й для професіоналів. Крім телеканалів російська пропагандистська машина видає друковані ЗМІ, додатки про Росію до західних газет, розміщує у газетах публікації, підтримує мережу власних аналітичних та інформаційних структур, а також є дуже активною в соціальних мережах, на форумах і у блогах. Умови, в яких діють російські та українські державні ЗМІ чи відомства закордонних справ є принципово відмінними. Постійно зростаючі витрати РФ лише на один телеканал RT у 2014 році є майже в три рази більші ніж усе фінансування в межах МЗС України, не говорячи вже про обсяги фінансування Україною телемовлення чи програми з метою підтримки іміджу.

Отже, на нашу думку, Україні слід розробити власну концепцію спілкування із закордонними аудиторіями в межах єдиної системи громадської дипломатії. При цьому необхідно надавати особливу увагу англомовним ЗМІ із привабливим, якісним та своєчасним контентом. Зважаючи на нестачу коштів такі заходи можна здійснювати у співпраці із закордонними партнерами, бізнесом та громадським сектором в Україні. Безсумнівно важливо користуватися перевагами, які надають інтернет-технології, однак, слід враховувати, що недостатньо лише створити і підтримувати аккаунти дипломатів та державних установ у соціальних мережах. Потрібно слідкувати за тенденціями, якістю змістового наповнення та працювати над розширенням аудиторій. Ефективним також може стати розвиток співпраці з найбільшими інтернет-корпораціями та виробниками програмного забезпечення з метою інтеграції українського контенту та його постачальників до відповідних об'єднаних ресурсів новин. Сучасний стан вкотре надає Україні безпрецедентні можливості, оскільки події в країні продовжують залишатись однією з топових тем світових інформаційних ресурсів. Тому слід підкреслювати в межах різноманітних заходів демократичні здобутки українського народу, його вклад у боротьбу за загальнолюдські цінності, водночас продовжуючи та розширюючи вже започатковані проекти у цьому напрямку. Важливо, щоб люди, котрі почули про Україну вперше під час Революції гідності та наступних подій, не розглядали її через призму каналу Russia Today. Українська громадська дипломатія нової якості може зробити вагомий внесок для цього.

Висновки. Публічна дипломатія є на сьогодні одним з найбільш ефективних інструментів просування своїх інтересів. В основному вона націлена на масову аудиторію і виходить з того припущення, що громадська думка може мати значний вплив на свої уряди і на політичні системи. Будь-який вид публічної дипломатії спрямований на певну аудиторію, використовує відповідний цій аудиторії мову і образи. Саме це дозволяє їй досягти намічених політичних цілей.

Цільовою аудиторією публічної дипломатії є як уряди зарубіжних країн і еліта, так і широке коло громадськості, представники ЗМІ, культури, мистецтва і академічне середовище. Протягом останніх десяти років публічна дипломатія зайняла 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.

У сучасному світі публічною дипломатією займаються не тільки держава, а й всі інші актори суспільно-політичного життя – громадські організації, НКО, індивіди і багато інших. Всі, хто бере участь в міжнародній комунікації, займаються публічною дипломатією. Але у держав мета публічної дипломатії сформульована більш чітко. Зовнішня політика – це сфера дії держав, один з найбільш важливих напрямів діяльності. Однак, варто враховувати, що бізнес теж цікавиться публічною дипломатією.

Запорукою успішного здійснення публічної дипломатії держави є вдала реалізація культурної дипломатії, освітніх програм та програм професійного обміну тощо. В Україні відсутні державні програми, цілісна доктрина та

спеціалізоване законодавство щодо громадської (публічної) дипломатії. Публічна дипломатія є важливим інструментом для зовнішньої політики держави в умовах глобалізованого світу. Проте в Україні публічна дипломатія як ефективний механізм впливу на міжнародні відносини лише зароджується. Заходи української влади, передусім Міністерства закордонних справ, які можна віднести до публічної дипломатії, охоплюють широкий спектр ініціатив, що стосуються культури, освіти, іміджу, але їх реалізація є не завжди системною і вдалою, а тому публічна дипломатія України потребує ретельного огляду та застосування новітніх концепцій.

Література

1. Гапонова Я.М. Публічна дипломатія: спроби визначення / Я.М. Гапонова // Тілея: науковий вісник. – 2015. – Вип. 102. – С.380-383.
2. United States Information Agency Alumni Association, «What Is Public Diplomacy?» «Washington, D.C., updated September 1, 2002 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.publicdiplomacy.org/1.htm>
3. Сухорольський П.М., Місюк І.Ю. Поняття та сутність громадської дипломатії / П.М. Сухорольський, І.Ю. Місюк // Тріані: науково-теоретичний і громадсько-політичний альманах. – 2011. – № 1 (75). – С.178-180.
4. Szondi G. Public Diplomacy [Electronic resource] / G. Szondi. – Encyclopedia of Public Relations. – <http://www.kamudiplomasisi.org/pdf/nationbranding.pdf>
5. Карпчук Н. Публічна дипломатія Польщі як чинник Європейської інтеграції / Н. Карпчук // Міжнародні відносини. Серія «Політичні науки». – № 15. – 2017. Режим доступу: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/view/3129/2810
6. Тавриленко І. Геополітичний вимір публічної дипломатії США / І. Тавриленко // Міжнародні відносини. Серія «Політичні науки». – № 3. – 2014. – [Електронний ресурс] Режим доступу: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/view/2240/1999.
7. Тищенко-Тишковець О.М. Публічна дипломатія у системі зовнішньої політики: автореф. дис.на здобуття наук, ступеня канд. політ. наук спец. 23.00.03. – «політична культура і ідеологія» / О.М. Тищенко-Тишковець. – Київ, 2011. – 20 с.
8. Radio Silence. Чому Україна поступається Росії на закордонному інформаційному фронті // Тиждень. – 2014. – № 33 (353). – С.20-21.
9. USA und EU fürchten Erfolg von «Russia Today» // Die Freie Welt. – 01.08.2014. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.freiewelt.net/reportage/usa-und-eu-fuerchten-erfolg-von-russia-today-10038286/>
10. Тавриленко І.І. «М'яка сила» в зовнішній політиці України / І.І. Тавриленко // Політологічний вісник: Зб. наук. праць. – К.: ВАДЕК, 2013. – Вип. 69. – С.522-530.

References

1. Haponova Ya.M. (2015) Public diplomacy: attempts to identify. Hileia: naukovyi visnyk (Gilea: Scientific Herald), 102, 380-383 (in Ukr.).
2. United States Information Agency Alumni Association, «What Is Public Diplomacy?» «Washington, D.C., updated September 1, 2002 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.publicdiplomacy.org/1.htm> (31, 2017)
3. P.M. Suhorolsky, I.Yu. Misiuk, (2011) The concept and essence of public diplomacy // Triani: naukovovo-teoretychnyi i fromadsko-politychnyi almanakh / Facet scientific-theoretical and socio-political almanac, 1 (75), 178-180, (in Ukr.).
4. Szondi G. Public Diplomacy [Electronic resource] / G. Szondi. – Encyclopedia of Public Relations. – <http://www.kamudiplomasisi.org/pdf/nationbranding.pdf>

5. Karpchuk, N. (2017) Public diplomacy of Poland as a factor in European integration. *Mizhnarodni vidnosyny. Seriya «Politychni nauky»* (International relations. Series «Political Sciences»), 15. Retrieved from: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/view/3129/2810 (in Ukr.).

6. Havrylenko, I. (2014) Geopolitical dimension Public Diplomacy of USA, *Mizhnarodni vidnosyny. Seriya «Politychni nauky»* (International relations. Series «Political Sciences»), 3. Retrieved from: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/view/2240/1999 (in Ukr.).

7. Tyshchenko-Tyshkovets O.M. Public diplomacy in the external policy system. – The manuscript. The thesis for gaining the scientific degree of Political Science Ph. D. by a specialty 23.00.03 – political

culture and ideology. The National Taras Shevchenko University of Kyiv. – Kyiv, 2011. – 20 c.

8. Radio Silence. Чому Україна поступається Росії на закордонному інформаційному фронті // *Питання*. – 2014. – № 33 (353). – С.20-21.

9. USA und EU fürchten Erfolg von «Russia Today» // *Die Freie Welt*. – 01.08.2014. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.freiewelt.net/reportage/usa-und-eu-fuerchten-erfolg-von-russia-today-10038286/>

10. Havrylenko, I. (2013) «Soft power» in the foreign policy of Ukraine. *Politologichniy visnyk: Zbirnyk naukovykh prac. (Political science messenger: collection of scientific works)*, Kyiv, VADEKS, 9,522-530, (in Ukr.).

Lysenko Yu.V.,

Candidate in Political Science, Associate Professor, State University Kyiv National Economic University Vadym Hetman, lyuv2@ukr.net

Maneliuk Yu.M.,

Candidate in Political Science, Associate Professor, State University Kyiv National Economic University Vadym Hetman, mjm@ukr.net

Ukraine, Kyiv

PUBLIC DIPLOMACY AS AN IMPORTANT INSTRUMENT OF POLICY OF THE STATE IN GLOBALIZED WORLD

We consider the phenomenon of public diplomacy as an important trend of modern foreign policy. Researched key features and concepts defined means and methods of operation of public diplomacy. The analysis of the concept of political diplomacy reveals trends in public diplomacy, the possibility of its influence on political processes, the role of «soft power» and its correlation with public diplomacy. The importance of introducing the practice of public diplomacy in Ukraine to defending national interests and promote the positive image of the state

The paper studies phenomenon of public diplomacy as an important trend of the current foreign policy of the state. Authors examines the key characteristics of concepts and the means and methods of functioning of public diplomacy. The concepts of political diplomacy are analyzed, tendencies of public diplomacy are determined, the possibility of its influence on political processes, the role of «soft power» and its relation with public diplomacy. The importance of introducing the practice of public diplomacy in Ukraine in order to defend national interests and promote a positive international image of the state is substantiated.

Authors analyzes means and methods of functioning of public diplomacy. The significance of public diplomacy as a practical instrument of policy implementation in the conditions of globalization is revealed. The role of public diplomacy in the system of foreign policy and its influence on international relations and formation of the image of the state are indentified. Authors explores the role and importance of public democracy for Ukraine's foreign policy in the conditions of globalization.

The theoretical and applied aspects of the development and formation of public diplomacy are generalized, its main mechanisms and forms are summerized. The dimensions and objectives of public diplomacy (lobbying, international relations with the public, the process of promoting the national image) are described.

The understanding of the essence of public diplomacy as a means of communication, in particular from the position of psychology of communication is regarded. The necessity of influence of public diplomacy on public opinion and behavior of the population through non-governmental cooperation is explained. Authors argues the necessity of carrying out public diplomacy in the conditions of globalization in the interests of society and the country in general, and not of a separate political group or bureaucratic clan. Public diplomacy is considered an effective tool for advancing political interests. Public diplomacy promotes national interests and provides national security by studying the mood of foreign public opinion.

The need to create a positive image of Ukraine has been updated and it's authorities, the population in the context of global world communication. Authors emphasizes necessity of creating a nation-wide concept of communication between Ukraine and foreign audiences within the framework of a single system of public diplomacy on the principles of openness and objectivity. Authors substantiates the importance of implementing the practice of public diplomacy in Ukraine in order to protect national interests and promote a positive international image of the state.

Key words: public diplomacy, «soft power» foreign policy, national interests, foreign audience.