

**Сухорольська Ірина**  
*к. політ. н., асистент кафедри ПМВ*  
*Національний університет «Львівська політехніка»*

### **ОСОБЛИВОСТІ ГРОМАДСЬКОЇ ДИПЛОМАТІЇ НАТО**

У сучасних міжнародних відносинах терміном «громадська дипломатія» («публічна дипломатія»), як правило, позначають різнопланову діяльність широкого кола суб'єктів (насамперед, держав, міжнародних організацій, авторитетних неурядових структур) з метою впливу і взаємодії з зовнішніми цільовими аудиторіями громадськості. Інакше кажучи, громадська дипломатія є «дипломатією з громадськістю», за допомогою якої міжнародні актори намагаються реалізувати свої життєвоважливі інтереси, досягнути низки зовнішньополітичних цілей та укріпити своє становище на міжнародній арені.

Упродовж останніх десятиліть питання посилення ефективності комунікації з іноземними аудиторіями є одним із пріоритетних для зовнішньополітичних відомств не тільки держав, а й впливових міжнародних організацій. Зростання ролі останніх у міжнародних відносинах, як і узалежнення ефективності їхньої діяльності від сприйняття цих організацій населенням у державах-членах та державах поза їхніми межами змушують їх започатковувати власні стратегії громадської дипломатії та створювати для цього окремі спеціалізовані структури. Поряд із цим, зважаючи на саму природу міжнародних організацій, їхня громадська дипломатія відзначається низкою специфічних особливостей. По-перше, її цілі пов'язані передовсім із необхідністю формування привабливого іміджу організації та її проєктів, а не зумовлені національно-культурними особливостями, як це характерно для держав. По-друге, цільова аудиторія громадської дипломатії міжнародної організації охоплює не лише громадськість країн, що не входять в організацію, а також і населення держав-членів, тобто розмежування внутрішньої і зовнішньої аудиторії не є настільки чітким як у громадській дипломатії держав. По-третє, згадана діяльність міжнародних організацій стала можливою завдяки глобалізаційним процесам та розвитку інформаційно-

комунікаційних технологій, а отже, вона зазвичай базована на новітніх теоріях та концепціях, як-от концепціях нової громадської дипломатії чи розумної сили. Згадані особливості власне й актуалізують дослідження громадської дипломатії міжнародних організацій [5, С. 6-9].

З-поміж організацій, активних у цій сфері, саме Організація Північноатлантичного договору (НАТО) докладає чимало зусиль задля налагодження комунікації із закордонними аудиторіями та вже накопичила неабиякий досвід, а її громадська дипломатія за останні роки набула виразних специфічних рис. Варто зазначити, що практично з моменту свого заснування НАТО здійснює інформаційно-комунікаційну діяльність із громадськістю, цілі якої, безумовно, завжди залежали від конкретних загроз і викликів, характерних для певного періоду історії. Зокрема у 1950 році було створено Інформаційну службу НАТО, а вже у 1953 році шляхом об'єднання Робочої групи з інформаційної політики та Робочої групи з питань соціального і культурного співробітництва було засновано Комітет з інформаційних і культурних відносин (CICR), який функціонував задля інформування громадськості та покращення розуміння завдань НАТО впродовж усієї Холодної війни, а також після її завершення [3].

Зважаючи на остаточне утвердження концепції громадської дипломатії як знакової для сучасного періоду міжнародних відносин, у 2004 році згадана активність НАТО трансформувалася у окремий напрям роботи – громадську дипломатію. Варто окремо відзначити, що усвідомлюючи суть і особливості такої діяльності у теперішньому світі, НАТО в межах усіх своїх офіційних україномовних інформаційних ресурсів та документів використовує термін громадська, а не публічна дипломатія як відповідник англійському – public diplomacy. Того ж року CICR був перейменований у Комітет громадської дипломатії, а ще один орган – Офіс інформації і преси змінив назву на Управління громадської дипломатії. Для України знаковим є те, що в структурі вищезазначеного Управління функціонує Центр інформації і документації НАТО в Києві, який став першим інформаційним закладом організації в країні-партнері, що надає інформаційні послуги широким верствам громадськості [2].

Як зазначено на офіційному сайті НАТО, метою програм організації у сфері комунікації і розвитку є поглиблення обізнаності і розуміння діяльності Альянсу, збільшення підтримки та посилення довіри до нього [4]. НАТО усвідомлює сучасні виклики та намагається сформувати образ організації як гаранта безпеки та ефективного форуму для поєднання зусиль держав у боротьбі з тероризмом, розповсюдженням зброї масового знищення, загрозами енергетичній безпеці, торговельному мореплавству тощо [1]. У своєму дослідженні громадської дипломатії міжнародних організацій З. Паговські переконливо демонструє, що громадська дипломатія Альянсу охоплює всі ключові з огляду на сучасні теорії елементи такої діяльності, а саме: 1) вивчення аудиторії, 2) інформування, 3) залучення та 4) оцінку діяльності. Зокрема, йдеться про: 1) дослідження та аналітичні розвідки з метою вивчення особливостей іміджу організації, моніторинг відповідних результатів досліджень, аналіз дописів та коментарів на власних інформаційних ресурсах; 2) активну роботу з використанням потенціалу провідних мережевих платформ, насамперед підтримку сторінок, акаунтів та каналів у Facebook, Twitter, YouTube, Flickr, Google+, різними мовами (також і українською); 3) побудову двосторонніх каналів зв'язку, ініціювання та підтримку зовнішніх ініціатив щодо конференцій, тренінгів, зустрічей тощо; 4) проведення оцінки ефективності загальної стратегії та конкретних проектів громадської дипломатії за попередній період [5, С. 19-22, 26-27, 31].

Отже, НАТО вдалося створити сучасний та злагоджений механізм провадження громадської дипломатії, який допомагає організації досягати власних цілей, а також є цікавим з огляду на актуальні дослідження тенденцій трансформації та практик реалізації громадської дипломатії в сучасних міжнародних відносинах. Упродовж останніх десятиліть Україна є традиційним пріоритетом громадської дипломатії НАТО, про що свідчить різнопланова і активна діяльність, спрямована на українців, підтримка інформаційних ресурсів українською мовою, створення відповідних структур. Сучасні реалії українсько-російських відносин створюють виклики як для України, так і для НАТО, реа-

гування на які повинно охоплювати й інформаційно-комунікаційну складову. Зважаючи на це, у 2015 році Генеральний секретар НАТО Єнс Столтенберг і секретар Ради національної безпеки і оборони України Олександр Турчинов підписали Дорожню карту партнерства у галузі стратегічних комунікацій. Продовження такої співпраці у сфері громадської дипломатії є однією з умов ефективного протистояння інформаційно-пропагандистській діяльності Росії з подальшою перспективою вирішення цієї проблеми.

### Література

1. Бабст С. Громадська дипломатія та характерний образ НАТО [Електронний ресурс] / Стефані Бабст. – Режим доступу: [http://www.nato.int/nidc/docs/2011/Public\\_Diplomacy\\_and\\_the\\_NATO\\_brand-ukr.pdf](http://www.nato.int/nidc/docs/2011/Public_Diplomacy_and_the_NATO_brand-ukr.pdf)
2. Центр інформації та документації НАТО в Україні [Електронний ресурс] // North Atlantic Treaty Organization. – Режим доступу: [http://www.nato.int/cps/ru/natohq/topics\\_64610.htm?selectedLocale=uk](http://www.nato.int/cps/ru/natohq/topics_64610.htm?selectedLocale=uk)
3. Committee on Public Diplomacy (CPD) [Електронний ресурс] // North Atlantic Treaty Organization. – Режим доступу: [http://www.nato.int/cps/en/natohq/topics\\_69272.htm](http://www.nato.int/cps/en/natohq/topics_69272.htm)
4. Communications and public diplomacy [Електронний ресурс] // North Atlantic Treaty Organization. – Режим доступу: [http://www.nato.int/cps/en/natohq/topics\\_69275.htm](http://www.nato.int/cps/en/natohq/topics_69275.htm)
5. Pagovski Z. Z. Public Diplomacy of Multilateral Organizations: The Cases of NATO, EU, and ASEAN / Zhikica Zach Pagovski. – Los Angeles: Figueroa Press, 2015. – 45 p.