

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Острозька академія»
Інститут міжнародних відносин та національної безпеки
Кафедра міжнародних відносин

Кваліфікаційна робота
на здобуття освітнього ступеня магістра

на тему:

**«Публічна дипломатія США на сучасному етапі: особливості,
інструменти, проблеми»**

Виконала студентка 6 курсу, групи ЗМмв-21
спеціальності 291 «Міжнародні відносини,
суспільні комунікації та регіональні студії»,
освітньо-професійної програми «Міжнародні відносини»
Макарчук Богдана Романівна

Керівник – кандидат історичних наук, старший викладач
Матвійчук Наталія Володимирівна

Рецензент – _____

Робота допущена до захисту
(протокол № _____ засідання кафедри міжнародних відносин від
_____ 2021 року)

Завідувач кафедри міжнародних відносин _____ Тетяна СИДОРУК

м. Острог – 2021 р.

ПЕРЕЛІК СКОРОЧЕНЬ

ЗМІ – засоби масової інформації

ІКТ – інформаційно-комунікаційні технології

НАТО – Організація Північноатлантичного договору

НУО – Неурядова організація

ОМІП – Офіс міжнародних інформаційних програм

РНБ – Рада національної безпеки США

ЮСІА – Інформаційне агентство Сполучених Штатів

BBG – Рада керуючих з питань мовлення

USAGM – Агентство США з глобальних ЗМІ (US Agency for Global Media).

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ.....	9
1.1. Сутність публічної дипломатії.....	9
1.2. Особливості розвитку системи публічної дипломатії США.....	17
Висновки до розділу 1.....	27
РОЗДІЛ 2. ПУБЛІЧНА ДИПЛОМАТІЯ США: АНАЛІЗ РЕАЛІЗАЦІЇ.....	29
2.1. Інструменти та інститути здійснення публічної дипломатії.....	29
2.2. Цифрова дипломатія США, як основний елемент нової публічної дипломатії.....	45
Висновки до розділу 2.....	56
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ США НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ.....	58
3.1. Проблеми публічної дипломатії США на сучасному етапі.....	58
3.2. Заходи уряду США для реформування публічної дипломатії на сучасному етапі.....	65
Висновки до розділу 3.....	76
ВИСНОВКИ.....	77
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ.....	81

ВСТУП

Актуальність теми. Сьогодні можна спостерігати швидкоплинні зміни у світовій політиці та структурі міжнародних відносин. Це час, коли інформація, так, як і дезінформація, поширюються з безпрецедентною швидкістю, що змінює саму суть дипломатії.

Завдання дипломатії стали набагато складніші, адже сьогодні для досягнення зовнішньополітичних цілей необхідно враховувати не тільки політичні, економічні або демографічні характеристики країни. Одним з найважливіших аспектів загальної оцінки країни можна вважати враження, яке створюється нею на світовій арені. В цьому відношенні в останні роки публічна дипломатія стала грати найактивнішу роль.

Публічна дипломатія як найважливіший додатковий метод досягнення зовнішньополітичних цілей держави набуває особливої актуальності у зв'язку зі змінами в геополітичній структурі світу під впливом глобальних процесів. Її ресурси, спрямовані на підвищення привабливості країни в очах іноземної громадськості широко використовуються в світовій політичній практиці.

Унікальність Сполучених Штатів Америки, в порівнянні з іншими світовими державами, полягає в існуванні щільної мережі зв'язків і контактів, яка з'єднує їх з населенням практично всіх країн світу – мережі, яка існує незалежно від будь-яких офіційних каналів міждержавної взаємодії.

Це спричинено тим, що публічна дипломатія традиційно займає важливе місце у зовнішньополітичній діяльності США. Сьогодні в Сполучених Штатах Америки на офіційному рівні визнається ефективність публічної дипломатії, необхідність її використання для створення сприятливої атмосфери за кордоном, що сприяє ефективному проведенню політичних або економічних акцій країни.

Знання особливостей, інструментів та проблем публічної дипломатії США дозволить краще зрозуміти зовнішню політику Сполучених Штатів, а також оцінити ефективність інформаційно-іміджеву роботу держави.

Аналіз стану розробки проблеми. Публічній дипломатії як новому науковому напрямку вже було приділено увагу вітчизняними та зарубіжними дослідниками, зокрема в сфері дипломатичних, зовнішньополітичних та міжнародних відносин. У вітчизняній літературі наявна достатня наукова база, яка присвячена публічній дипломатії, але здебільшого вона стосується проблем тлумачення, методологічних основ та історії, це праці: А. Великої [40], О. Тищенко-Тишковця [62], В. Ціватого [70] тощо.

У працях К. Балабанова [36], І. Гавриленка, Г. [41], С. Гуцала [42], А. Долинського [44], Д. Дубова [45], А. Кубишкіна [48], В. Руднева [55], П. Сухорильського [61], М. Трофименка [64] тощо було здійснено аналіз змісту та значення публічної дипломатії у покращенні міжнародної взаємодії. Однак комплексного дослідження публічної дипломатії США, її особливостей, інструментів та проблем здійснено не було. Це обумовлює актуальність обраної теми.

В основу роботи покладено наукові праці вітчизняних та зарубіжних науковців у галузі політології, дипломатії, комунікативістики та іміджології. Зокрема, враховано висновки щодо визначення поняття публічної дипломатії (Дж. Ная, Е. Джуліона, Н. Калла, Є. Макаренко, О. Кучмія). Аналіз і оцінка підходів до вивчення публічної дипломатії були проведені на основі вивчення нормативних правових актів і наукових праць з області теорії міжнародних відносин, дипломатії, порівняльної політології.

Мета даної роботи полягає у аналізі особливостей публічної дипломатії США на сучасному етапі, її інструментів та проблем.

Окреслена мета зумовлює необхідність вирішення таких **завдань**:

- дослідити сутність публічної дипломатії;
- розглянути особливості розвитку системи публічної дипломатії США;
- дослідити інструменти та інститути здійснення публічної дипломатії США;

- проаналізувати цифрову дипломатію США, як елемент нової публічної дипломатії на сучасному етапі;
- дослідити проблеми публічної дипломатії США на сучасному етапі;
- визначити заходи, що приймаються державою для реформування публічної дипломатії з метою подальшого подолання проблем.

Об'єктом дослідження є зовнішня політика США.

Предмет дослідження – особливості публічної дипломатії США на сучасному етапі, її особливості інструменти та проблеми.

Теоретико-методологічна основа дослідження. У роботі були використані теоретичні та емпіричні методи для комплексного вивчення публічної дипломатії США. Для вирішення завдань, поставлених в даній роботі, використовувався історичний метод, що дозволяє провести аналіз, враховуючи історичний контекст. Застосовувався компаративний метод, який полягає в порівнянні і зіставленні різних точок зору на досліджувану проблему.

Системний підхід дозволив описати об'єкт як ціле з точки зору його структури, елементів, функцій і цілей, для ширшого розкриття поняття «публічна дипломатія». Був використаний метод дедукції, за допомогою якого було сформовано власне бачення на публічну дипломатію. Також, були використані загальнонаукові теоретичні методи: метод відбору, узагальнення, синтезу, аналізу та оцінки наукового матеріалу.

Активно застосовувався метод контент-аналізу, за допомогою якого були вивчені особливості орієнтації США в рамках публічної дипломатії. Інституціональним методом були проаналізовані зарубіжні ЗМІ з дискурсу про публічну дипломатію.

Сукупність цих методів допомагає детально вивчити розглянуту тему, виявити її особливості, виконати поставлені завдання і досягти мети дослідження.

Хронологічні та географічні рамки. Географічні рамки охоплюють територію Сполучених Штатів Америки, а також частково країни, на які спрямована публічна дипломатія країни. Хронологічні рамки охоплюють період 2001-2021 рр. Нижня межа дослідження пояснюється тим, що саме в цей час американська публічна дипломатія відродилася з новою силою, а верхня – продовженням реалізації публічної дипломатії країни на сучасному етапі. У той же час, інформація інколи виходить за вказані хронологічні межі з метою висвітлення еволюційних моментів.

Джерельна база дослідження представлена кількома групами документів: офіційні документи урядів та організацій, а саме Комплексного щорічного звіту про публічну дипломатію та міжнародне мовлення [11; 12], Національної стратегії США щодо публічної дипломатії та стратегічної комунікації [33]; матеріали з офіційних сайтів держав та організацій: Конгресу Сполучених Штатів [14]; Бюро міжнародних інформаційних програм [26]; публікації щодо практики реалізації публічної дипломатії Сполученими Штатами Америки.

Практичне значення і практична апробація. Практичне значення полягає в тому, що матеріали дипломної роботи можуть мати певну цінність для подальшого використання викладачами, аспірантами та студентами в науково-дослідницьких та навчальних цілях, зокрема при вивченні курсів «Міжнародні відносини та світова політика», «Актуальні проблеми міжнародних відносин», «Основи дипломатії» та ін.

Частина теоретичних положень та висновків цього дослідження знайшла своє відображення у науковому блозі Національного університету «Острозька академія» у статті «Роль програмних обмінів США як засобів публічної дипломатії на міжнародній арені» та у статті «Діджиталізація публічної дипломатії Сполучених Штатів Америки за президентства Дональда Трампа» у фаховому науковому виданні «Політичне життя».

Структура роботи. Структура роботи, обумовлена метою і завданнями дослідження, складається з: вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та літератури, що складається з 93 джерел.

У вступі визначено актуальність, аналіз стану розробки проблеми, мету роботи, завдання, об'єкт, предмет дослідження, теоретико-методологічну основу дослідження, хронологічні та географічні рамки, практичне значення і практичну апробацію, джерельну базу і структуру роботи.

У першому розділі розглядаються теоретичні основи дослідження публічної дипломатії, а саме: сутність публічної дипломатії, де було розглянуто історію виникнення публічної дипломатії, а також аналіз самого поняття; особливості геополітичного положення США; особливості розвитку системи публічної дипломатії США.

Другий розділ присвячено аналізу інструментів публічної дипломатії США. У третьому розділі досліджено проблеми публічної дипломатії США на сучасному етапі та заходи, що приймаються державою для її реформування з метою подальшого подолання проблем.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ

1.1. Сутність публічної дипломатії

На початку XXI століття публічна дипломатія стала звичним атрибутом міжнародного життя. Сам феномен публічної дипломатії має тривалу історію, а особливої актуальності в науковій думці дана проблематика набула протягом останніх 20–30-ти років. Обумовлюється це тим, що уряди країн повинні підтримувати цілодобовий цикл новин і розуміти, що інформація, яка передається ними знаходиться під регулярним оглядом глядачів з інших держав. В остаточному варіанті публічна дипломатія набуває значної політичної ролі і виходить за рамки простих гасел та інших засобів масової комунікації, які асоціюються з рекламою або зв'язками з громадськістю.

Саме США є родоначальниками публічної дипломатії, з часу своєї появи дана концепція отримала належне розповсюдження [42]. Сьогодні феномен «публічної дипломатії» є міждисциплінарним напрямком, оскільки в його вивченні зацікавлені дослідники в різних сферах. Наприклад, дипломати, маркетологи, журналісти, фахівці в галузі вивчення теорії міжнародних відносин, що, в свою чергу, призводить до різноманітності підходів і поглядів.

Окремі дослідники пропонують починати відлік часу появи поняття з 1856 р. Тоді його вперше вжила британська газета «Таймс». У статті, присвяченій діяльності президента США Ф. Пірса, зазначалося: «Американські державні діячі мають пам'ятати, якщо їм потрібно справити, як вони задумали, певне враження на нас, то вони мають стати прикладом для власного народу, і така публічна дипломатія стане найбільш дієвим для цього способом» [49, с. 58]. Важливо відзначити, що в даній статті розкриваються два головні аспекти публічної дипломатії, які залишаються

актуальними і донині. Першим аспектом є те, що її метою є «справити певне враження» на зарубіжну аудиторію, а далі в статті прямо говориться, що таке враження може бути вироблено, в разі, якщо державна політика є моральною і відповідає очікуванням власного народу.

Згідно інших думок, концепцію «публічної дипломатії» вперше запропоновано в 1965 р. деканом факультету права і дипломатії Е. Джуліоном з Університету ім. Тафса, щоб позначити процес, за допомогою якого учасники міжнародних відносин досягають цілей зовнішньої політики, впливаючи на іноземну громадськість [75, с. 6].

Е. Джуліон розкрив цю концепцію як «програму, фінансовану урядом і спрямовану на надання впливу на громадську думку в інших країнах і подальше інформування їх» [90]. На офіційному рівні ця концепція вперше використовувалася на засіданні Конгресу США в 1977 р. у доповіді Комісії Мерфі про організацію зовнішньополітичного апарату [37]. Також, в історії Конгресу США цей термін визначався як «нова дипломатія», «культурна дипломатія» і «четвертий вимір зовнішньої політики». Д. Фоссел, голова комітету у закордонних справах, виступаючи на слуханнях в американському Конгресі в 1986 р. зазначив, що «публічна дипломатія» завжди була присутня в практиці міжнародних відносин, але лише зараз цьому явищу дали визначення [58, с. 23].

Це підтверджує дослідження Н. Калла, глави програми з публічної дипломатії в Університеті Південної Каліфорнії. Він виявив, що поняття «публічної дипломатії» раніше використовувалося, але воно мало інше значення. Саме в статті британської газети «London Times» 1856 р. термін використовувався в якості позначення «респектабельної дипломатії», а кілька років по тому в американському виданні «The New York Times» мала на увазі «відкрита, а не секретна дипломатія» [76].

Американський дослідник Дж. Фішер, намагаючись пояснити, що таке «публічна дипломатія», в 1976 р. написав наступне: «Недостатньо переконатися, що ваші іноземні дипломати розуміють вашу державну

політику. Це повинна розуміти масова громадськість, яка впливає на політику свого Міністерства закордонних справ» [77, с. 4].

Це визначення підтверджується тим, що якщо раніше світові держави прагнули до міжнародного впливу шляхом застосування сили, то з появою ядерної зброї – це стало майже неможливо. В результаті, їм довелося шукати інші шляхи просування своїх національних інтересів.

У 1990 р. термін «відкритої, а не секретної дипломатії» був замінений на «м'яку силу». Автором його був американський політолог, Дж. Най, професор Гарвардського університету. Протягом декількох років професором Дж. Наєм була розроблена концепція, яка підкреслювала «жорстку силу» держави, що базується на економічному і військовому потенціалі. Він ввів термін «м'яка сила», суть якого полягає в здатності добровільного досягнення інших бажаних результатів на добросовісній основі – без примусу і погроз. Також, Дж. Най ввів термін «розумної сили», яка, на його думку, є найбільш вигідною стратегією і включає в себе збалансоване поєднання «жорсткої» і «м'якої» сили [59, с. 103].

Згідно Дж. Ная публічна дипломатія – «традиційний інструмент просування «м'якої сили» держави» [85, с. 100]. Публічна дипломатія не є рекламною кампанією, її метою є встановлення довгострокових відносин з іншими країнами.

Дж. Най виділяє кілька вимірів публічної дипломатії [85, с. 63]:

1. Регулярне висвітлення внутрішньої і зовнішньої політики і роз'яснення рішень, прийнятих урядом для аудиторії.
2. «Стратегічне спілкування», яке представляє собою цілеспрямоване обговорення найважливіших політичних питань для держави.
3. Розвиток прямих контактів з іноземною громадськістю через програми обміну, стипендії та наукові конференції, які дозволяють іноземним громадянам познайомитися з культурою й способом життя країни.

Українські науковці Є. Макаренко і О. Кучмій в «Українській дипломатичній енциклопедії» дали таке визначення публічної дипломатії: «це міжнародна діяльність, спрямована на публічне представництво інтересів держав або легітимних інституцій (урядових установ, недержавних громад, організацій та окремих індивідів) у міжнародних відносинах. Публічна дипломатія також визначається як діяльність офіційних урядових установ, спрямована на формування міжнародного комунікативного середовища з метою позитивного сприйняття й розуміння зовнішньої політики держави та протидії негативному позиціонуванню» [65, с. 384].

Згідно з визначенням американського дипломата Х. Тайя, публічна дипломатія – це «процес урядового спілкування з іноземною аудиторією, метою якого є забезпечення того, щоб іноземна громадськість розуміла ідеї та ідеали нації, мала уявлення про інститути і культуру країни, а також про національні цілі в сучасній політиці» [88, с. 220].

Публічна дипломатія спрямована на розширення діалогу між громадянами їх держави і зарубіжними партнерами. Вона передбачає активний міжнародний обмін, створення інформаційних програм, пропаганду своєї культури [61, с. 149].

Американська експертка Р. Захарна вперше запропонувала розглядати публічну дипломатію як засіб так званої діалогової пропаганди. Даний тип пропаганди має на увазі встановлення двостороннього спілкування між тими, хто поширює політичну пропаганду, і тими, хто її приймає в зарубіжному суспільстві. На відміну від традиційної пропаганди, нова пропагандистська публічна дипломатія – це розуміння (діалог), інформування та вплив. Основна мета такої публічної дипломатії – короткострокові політичні кампанії, спрямовані на інформаційне забезпечення і просування зовнішньополітичних завдань в інших країнах або поліпшення політичного іміджу держави [93, с. 99].

У роботах закордонних та вітчизняних вчених зустрічається два варіанти перекладу досліджуваного терміну: «публічна дипломатія» і «громадська дипломатія», в чому полягає певна плутанина.

Значна кількість політологів і вчених дотримуються думки, що публічна і громадська дипломатія – це всього лише варіанти перекладу одного і того ж поняття, а громадські діячі не визначають будь-яких відмінностей [61, с. 178].

В США під публічною дипломатією розуміється сукупність публічної та громадської дипломатії, а також стратегічних комунікацій, а в Україні – робота з експертним співтовариством і лідерами думок (суспільно-політичними, діловими, громадськими колами), що відповідає цілям офіційної дипломатії (те що в англійській мові позначається терміном «frontline public diplomacy») [42].

Необхідно зауважити, що і громадська, і публічна дипломатія – це системи діалогів з іноземними спільнотами, в першу чергу на рівні громадських організацій, але:

1. Публічна дипломатія – це система діалогу з іноземними державами в політичних цілях.
2. Публічна дипломатія інституалізується в форматі різних відомств і програм, за допомогою яких і ведеться даний діалог.
3. Замовником публічної дипломатії виступає держава, а реалізація програм публічної дипломатії робиться через структури, споріднені з державною системою, що діють в одному ідеологічному тренді з державою. Ні за яких обставин не можна обмежувати публічну дипломатію діалогом тільки громадських організацій [49, с. 132].

Громадська ж дипломатія не є політичним поняттям, вона розглядається значно ширше, це прояв будь-якої громадянської активності в культурній, науковій та гуманітарній сферах, що як правило, не має спільного з державним замовленням або активною участю держави. Така активність реалізується через двосторонні та багатосторонні формати

громадської взаємодії, що стосується в основному рівня громадських структур і організацій [61, с. 179]. Прикладом громадської дипломатії є гастролі артистів або театру за кордоном, які не мають ніяких політичних цілей, а їх виступ вважається міжкультурною комунікацією.

Важливо відзначити, що значна частина проєктів громадської дипломатії інтегровані в систему публічної дипломатії та фінансуються з тих же джерел, служать єдиній меті реалізації «м'якої сили» і її основного завдання – формування привабливого образу країни, залучення уваги до і розвитку позитивного оточення навколо країни.

Поняття «публічна дипломатія» та «м'яка сила» не можуть бути тотожними, тому що публічна дипломатія є лише одним з інструментів «м'якої сили». Отже публічна дипломатія – це дії, спрямовані на побудову довгострокових відносин, захист цілей національної зовнішньої політики і краще розуміння цінностей та інститутів власної країни за кордоном. Публічна дипломатія просуває національні інтереси і забезпечує національну безпеку, вивчаючи стан іноземної громадської думки, інформуючи населення і впливаючи на тих, хто формує цю думку.

У порівнянні з класичною дипломатією публічна дипломатія вимагає менше ресурсів і грошей, має більш різноманітний арсенал методів і більше адаптується до конкретних соціокультурних умов і традицій. Довгострокова лояльність іноземної аудиторії та створення стабільного іміджу країни забезпечує конкретний вид дипломатичної діяльності. Застосування методів публічної дипломатії можливо також у випадках складних офіційних відносин між державами [61, с. 151].

Однією з незаперечних переваг публічної дипломатії є більш значна свобода маневру в зіставленні з простором класичної дипломатії. В рамках публічної дипломатії є можливість не тільки продовжувати обмін думками з тих чи інших важливих питань, розпочатий в форматі класичної дипломатії з виведенням обговорення (з урахуванням кількісного розширення і якісної зміни аудиторії) на принципово новий евристичний і аргументаційний

рівень. За допомогою публічної дипломатії можна ініціювати дискусії, розгортання яких з тих чи інших причин в класичному форматі представляється непродуктивним. Дана опція публічної дипломатії наділяє її якістю дипломатії превентивної [36, с. 997].

Публічна дипломатія є інструментом гуманітарної політики. При цьому гуманітарна політика має три напрямки [48, с. 31]:

- 1) гуманітарне співробітництво (міжнародна взаємодія в сфері науки, культури, мистецтва, масових комунікацій, спорту, туризму, роботи з молоддю);
- 2) сприяння міжнародному розвитку, надання допомоги в національному будівництві;
- 3) конфліктне, постконфліктне і кризове реагування (боротьба з наслідками стихійних лих).

Публічна дипломатія використовується при здійсненні всіх трьох напрямків гуманітарної політики. Функцією публічної дипломатії є розширення діалогу між іноземними партнерами та громадянами своєї країни, що забезпечує міжнародний і культурний обмін та міжнародні освітні зв'язки.

В якості об'єктів публічної дипломатії, розглядаються цінності, внутрішня і зовнішня політика країни і культура. Якщо ці об'єкти вважаються прийнятними і привабливими для іноземної аудиторії, то можна створити відповідні умови для їх закордонної реклами [34, с. 123].

Публічна дипломатія сформувалася завдяки певним факторам, таким як: глобалізація, прогрес в сфері комунікаційних технологій і посилення впливу і залучення громад в міжнародні справи держав.

Виділяють два типи публічної дипломатії: традиційна, цифрова.

У традиційну публічну дипломатію, до появи мережі Інтернет, входили такі програми впливу на інші держави [44, с. 64]:

- інформаційна пропаганда, яка здійснювалася з допомогою радіо і телебачення;

- нав'язування певних ідей соціальним і професійним групам з метою створення лояльної еліти і просування політичної культури такими засобами, як кіно музика, виставкова діяльність тощо.

Динамічний розвиток форм і методів публічної дипломатії, залучення до досягнення нею своїх цілей широкого спектра інститутів влади і громадянського суспільства дозволило ряду вчених говорити про виникнення поряд з традиційною дипломатією також «нової публічної дипломатії» (цифрової), яка враховує особливості інформаційної революції і ери інтернету.

Використовуючи сучасні методи: розміщення радіо і телепрограм в Інтернеті, стало можливим впливати на іноземну аудиторію, поширювати літературу в цифровому форматі, проводити моніторинг дискусій в блог-просторі зарубіжних країн, створювати персоналізовані сторінки урядовців у соціальних мережах.

Інформація та пропаганда через Інтернет, культурна дипломатія, програми дипломатичної допомоги, академічні та освітні обміни, заходи з підвищення авторитету держави є формами публічної дипломатії. Підвищена зацікавленість приділяється сприйняттю реакції громадськості та обліку інформації, одержуваної при коригуванні стратегії зовнішньої політики, яка відрізняє публічну дипломатію від сліпого нав'язування своїх ідей або пропаганди.

Помилковим сьогодні визнається колишнє ставлення до публічної дипломатії як до засобу вирішення вже наявних проблем. Адже публічна дипломатія надає значимість особливо актуальним глобальним проблемам сучасного суспільства, які слід вирішити. А також, важливо відзначити, що кожна країна сама визначає коло таких питань, в першу чергу, виходячи з цілей і завдань своєї зовнішньої політики [70].

Публічна дипломатія, очевидно, не буде розвиватися окремо від зовнішньої політики країни, і вона повинна знаходитися в гармонії зі середньостроковими і довгостроковими цілями держави. Публічна

дипломатія базується в першу чергу на довірі і надійності, і частіше за все краще функціонує з довгостроковими планами зовнішньої політики.

Отже, публічна дипломатія є глобальним інструментом гуманітарної політики. Її стратегічною метою є керування громадською думкою, за допомогою якої можна впливати на уряди інших країн та на їхні політичні системи. Механізми реалізації концепції публічної дипломатії включають насамперед активні заходи щодо просування цінностей та ідеології. Ефективне використання інструментів «м'якої сили» може сприяти виникненню ілюзії взаємної довіри, поваги та взаєморозуміння, а також дає можливість державі впливати на політичні та гуманітарні процеси у світі та в окремих країнах.

1.2. Особливості розвитку системи публічної дипломатії США

Публічна дипломатія США як провідного міжнародного актора є актуальним питанням для керівництва практично всіх країн, оскільки саме поняття публічної дипломатії містить у собі зусилля і практичні заходи уряду США, спрямовані на доведення та пояснення світовому співтовариству американської зовнішньої політики.

Публічна дипломатія США – це термін, який використовується для позначення «комплексу заходів, що реалізується урядом США в області інформації, освіти та культури на міжнародній арені» [68, с. 4].

Публічна американська дипломатія тісно пов'язана із зовнішньополітичними завданнями, тому вона покликана «здійснювати зовнішньополітичні завдання США, просувати національні інтереси та зміцнювати національну безпеку шляхом інформування та впливу на зарубіжну аудиторію, розширюючи і зміцнюючи зв'язки народу і уряду США з громадянами інших країн» [24]. Таким чином, будучи

зовнішньополітичним інструментом, вона проводиться державними та навіколодержавними структурами.

Важливим завданням публічної дипломатії є проведення програм за державної підтримки, що націлені на формування закордонної громадської думки і поліпшення іміджу Сполучених Штатів Америки.

Сучасну системну організацію публічної дипломатії США характеризує те, що основні інститути системи – державні. Сполучені Штати розглядають публічну дипломатію як важливий засіб із завоювання «стратегічних комунікаційних просторів» з метою підтримки «американського лідерства» в світі. На це, зокрема орієнтовані [36, с. 115]:

- 1) всі публічні виступи вищого американського керівництва за кордоном;
- 2) підбір для роботи в адміністрації великого числа фахівців в цій області;
- 3) цілеспрямована робота над підготовкою документів, що регламентують діяльність уряду США в цій області.

Публічна дипломатія США – це урядовий механізм, націлений на реалізацію зовнішньополітичних завдань США і включає в себе такі методи як:

- 1) інформаційні проекти (пропаганда);
- 2) освітні та культурні обміни;
- 3) проекти в мережі Інтернет (цифрова дипломатія США).

Дослідники виділяють кілька основних етапів по становленню і розвитку публічної дипломатії в США [62, с. 29]:

1. Перший етап (1914-1991 рр.) – епоха зародження, становлення та розвитку публічної дипломатії як зовнішньополітичного інструменту, спрямованого на боротьбу з конкуруючими ідеологіями, культурами і цінностями;

2. Другий етап (1992-2008 рр.) – епоха перетворення публічної дипломатії в інструмент для зміни політичної системи і здійснення «кольорових революцій» в зарубіжних країнах;
3. Третій етап (2009 р. і до нашого часу) – епоха зародження «цифрової дипломатії» і її використання в політичних цілях.

Активне використання публічної дипломатії США розпочалося у ХХ столітті. Це був початок Першої світової війни. Участь США в цій війні стала причиною створення механізму зовнішньополітичної пропаганди [10].

Перший із знаменитих 14 пунктів про цілі війни і принципи післявоєнного світу, з якими американський президент В. Вільсон виступив перед Конгресом 8 січня 1918 р. свідчив: «Відкриті мирні договори, відкрито обговорені, після яких не буде ніяких таємних міжнародних угод будь-якого роду, а дипломатія завжди буде діяти відверто і на увазі громадськості» [21]. Реагуючи на ці заклики, канцлер Німеччини Г. фон Хертлінг заявив, що приймає принцип «публічності дипломатичних договорів» [84, с. 20]. У своїй відповіді, сформульованій в промові в Конгресі 11 лютого, В. Вільсон уже прямо вживає термін «публічна дипломатія».

Важливим наслідком участі США у Першій світовій війні стало створення програм пропаганди, а також особливих проектів навчання як ефективних способів просування зовнішньополітичної концепції США про природу світопорядку на Європейському континенті [68, с. 11]. Вперше США спробували укоренити в свідомості європейців конкретну ідею про необхідність формування колективної безпеки через створення всесвітньої організації. Президент В. Вільсон створив Комітет з питань громадської інформації (Committee on Public Information), також відомий як Комітет Кріла [51, с. 12]. Метою його створення стало поширення даної ідеї в Європі через навчання європейських журналістів, створення американських бібліотек і поширення візуальної і друкованої продукції [11].

Саме Комітет став першим інститутом зовнішньополітичної пропаганди уряду США [52]. Працівники Комітету, кількість яких налічувала

понад 150 тисяч співробітників, волонтерів та громадських помічників, розповсюджували інформацію про американізм по всіх країнах.

Головним завданням було – представити позитивний образ держави. Як політичне завдання Сполучені Штати Америки встановили необхідність впливу на суспільства арабських країн з тим, щоб змінити в них ставлення до Америки [11]. Адже на той час, різні країни мали негативне уявлення про США. Однією з причин різко негативного образу стала відсутність американських ЗМІ і телеграфних агентств, які б працювали в зарубіжних країнах. Тоді завдання досягалося лише за допомогою друкованих засобів масової інформації і людського капіталу в особі американців. Памфлети, агітаційні листівки, статті в зарубіжних ЗМІ, американські читальні зали і тури університетської професури стали основними методами публічної дипломатії США, що почала свій шлях на міжнародній арені. Комітет Кріла надавав матеріали про війну виробникам кінофільмів, слідкуючи за тим, щоб США зображувались у позитивній ролі [57, с. 13].

Комітет також обрав стратегію, що передбачала інформування зарубіжних вчителів і професури про характер і риси американської системи освіти. Для сприяння цьому проводилися лекційні тури представників університетської спільноти США, в рамках яких американські лектори розповідали про свою країну.

Ці заходи були проведені майже у всіх країнах Європи, в Росії, Філіппінах, але цього було недостатньо. США була необхідна ефективна пропаганда в прямому ефірі.

Використовуючи досвід німецької пропагандистської машини, з метою повторення її масштабів та використання її методів, Комітетом у 1917 р. було створено відділ, який називався «Division of Wireless and Cable Service» або «Compub». У цьому ж році його офіси у Франції, Швейцарії, Португалії, Росії, Італії та Іспанії розпочали роботу як основні інформаційні машини. Метою новоствореного відділу було «зчитування» пропаганди по радіо, яка йшла з боку Німеччини, для подальшої відповіді на неї [40, с. 172].

Тоді ж народилася ідея, що найефективнішою протидією німецькій пропаганді може бути інформація про унікальність політичного устрою США, федералізм в країні, поділ влади тощо. Тому, Комітет вирішив ввести в ефір інформацію про виступи президента США, які б стали прикладом американської демократичної політичної культури для інших країн [54, с. 109].

Завдяки роботі Комітету багато зарубіжних видань, політиків та населення різних країн стали позитивніше відноситися до США. Це стало початком та свідченням успішної діяльності просування зовнішньополітичних ініціатив через навчання та інформування населення про особливості політичної та освітньої систем США в зарубіжних країнах.

Проте із закінченням Першої світової війни Комітет припинив своє існування, через рішення Конгресу призупинити фінансування подібних програм в країнах Європи. Американське суспільство поверталось до ізоляціонізму.

У 1936 р. на Панамериканській конференції з підтримки миру в Буенос-Айресі США запропонували підписати Конвенцію з просування міжамериканських культурних зв'язків, а два роки по тому Н. Рокфеллер ініціював створення Департаменту культурних зв'язків у складі Держдепартаменту США, який спочатку займався вибудовуванням культурної політики з країнами Латинської Америки. Завдяки цьому кроку одним з напрямків роботи американського зовнішньополітичного відомства стала культурна дипломатія [30, с. 137].

Початок ідеологічного протистояння з Радянським Союзом спричинив нову революцію в розвитку публічної дипломатії США. Вперше уряд США відкрито став вказувати, що програми інформації, культури і освіти будуть використовувати в якості інструменту боротьби проти конкуруючої ідеології.

Більш того, популярність радянської ідеології в світі змусила адміністрацію США почати розробляти методи ведення ефективної ідеологічної публічної дипломатії. Серед цих методів виділялися [6, с. 173]:

- 1) наявність чітких політичних цілей;
- 2) створення нового і працездатного механізму реалізації програм публічної дипломатії;
- 3) виявлення цільової зарубіжної аудиторії і ключових країн, на які повинні були поширюватися програми.

Досягнення згоди з цих питань в адміністрації США зайняло близько шести років. У 1948 р. були сформульовані цілі, а також ухвалено «Закон США 1948 р. про інформаційні та культурні обміни» (United States Information and Educational Exchange Act of 1948) [30] (або так званий акт Сміта Мундта), яким було утворено одразу дві Комісії, що опікувалися публічною дипломатією. Перша – Консультативна комісія США з інформації (United States Advisory Commission On Information, USACI). Друга – Консультативна комісія США з освітніх обмінів (United States Advisory Commission on Educational Exchange). Метою обох комісій відповідно до закону було «формувати та рекомендувати для Держсекретаря політику та програми щодо положень цього закону» [30].

Мету закону визначено в ст. 2: «Забезпечити уряду США можливість просувати ліпше розуміння США в інших країнах, а також поліпшити порозуміння між людьми США та людьми в інших країнах» [30].

В 1951 р. були позначені ключові регіони впливу і цільова аудиторія, а в 1953 р. були остаточно визначені політичні цілі освітніх обмінів для кожного регіону і створений механізм реалізації програм.

Американські дипломати в 1959 р. відзначали, що міжнародні відносини не є більше прерогативою урядів або глав держав, вони є відносинами між жителями всіх країн і засновані на тому, яким чином живуть люди, що вони їдять, відчують, тобто стосунками між різними культурами; тому на передній план виходить дипломатія, що сприяє розумінню між людьми і, отже, між країнами [89, с. 742].

Роль публічної дипломатії різко пішла на спад після припинення холодної війни та ідеологічної конфронтації. Після розформування в 1999 р.

Інформаційного агентства США (USIA), в якому були консолідовані всі основні функції публічної дипломатії в роки «холодної війни», вона була розділена між Агентством США з глобальних медіа і підрозділами Державного Департаменту США, які знаходились в підпорядкуванні у заступника держсекретаря з публічної дипломатії та зв'язків з громадськістю. Ще один важливий елемент в даній системі інститутів – Консультативна комісія США з публічної дипломатії. Комісія працює під егідою Держдепартаменту, хоча її учасники і не є службовцями відомства: їх призначає безпосередньо президент США за погодженням з Сенатом.

Але переживши спад 1990-х років під впливом ілюзії «кінця історії», американська публічна дипломатія відродилася з новою силою після трагедії 11 вересня 2001 р. [44, с. 64]. Це відродження проходило паралельно з боротьбою проти міжнародного тероризму. Влада США прагнула зрозуміти, причини трагедії. Адже після подій 11 вересня 2001 р. Сполучені Штати були вимушені констатувати наявність суттєвих проблем з власним іміджем за кордоном. При цьому з'ясувалося, що дана проблема має глобальний характер, бо навіть лідери деяких традиційних союзників США змінили стратегію поведінки, надаючи перевагу демонстративно зневажливому ставленню до Сполучених Штатів. Особливо гостро проблема постала на Середньому Сході та серед переважаючого мусульманського населення [9]. США одночасно намагалися поліпшити міжнародний імідж і виправдати своє вторгнення в Афганістан та Ірак.

Р. Холбрук, колишній заступник держсекретаря США, в інтерв'ю газеті «Washington Post» заявив наступне: «Називайте це публічною дипломатією, зв'язками з громадськістю, психологічною боротьбою або – якщо хочете говорити прямо – пропагандою. Як ви це не назвете, найважливіше – це пояснення цілей війни для мільярда мусульман у світі» [44, с. 64]. Так бажання здобути перемогу в «битві за уми і серця людей» знову стало вкрай актуальним питанням для Сполучених Штатів Америки [4, с. 102].

Водночас події 11 вересня 2001 р. наочно продемонстрували брак стратегічного бачення і значно ускладнили зусилля у боротьбі з терористичною мережею. Стало очевидно, що у випадку публічної дипломатії мова йшла лише про інформаційне просування політики певної держави серед зарубіжної аудиторії, а не про стратегію використання комунікації для досягнення стратегічного ефекту. Знадобилося ще 2 роки, щоб дана проблема набула концептуального забарвлення [42].

Восени 2003 р. у своїй доповіді Консультативна група з питань публічної дипломатії в арабському і мусульманському світі [43] закликала до утворення нового офісу Білого Дому з організації стратегічного управління й урядової координації публічної дипломатії.

Таким чином, протягом усього XX ст. відбувався процес формування відомств і програм публічної дипломатії США, яка до кінця століття остаточно сформувалася і стала найважливішим напрямком зовнішньої політики.

На сучасному етапі Сполучені Штати Америки в якості пріоритету своєї «нової публічної дипломатії» виділяють просування демократії і прав людини [29]. Бюро з глобальних зв'язків з громадськістю служить американському народу, ефективно повідомляючи американську зовнішню політику миру, інформуючи внутрішню аудиторію про пріоритети зовнішньої політики США і цінностях дипломатії, а також залучаючи іноземну громадськість для покращення розуміння і підтримки Сполучених Штатів, його цінностей і політики [3]. Саме в цьому структурному підрозділі працює пресекретар Державного департаменту США, в завдання якого входить «роз'яснення завдань американської зовнішньої політики американській публіці» [20]. Бюро з глобальних зв'язків з громадськістю курується заступником держсекретаря США з дипломатії та зв'язків з громадськістю. Посада протягом півтора роки залишалася вакантною, в лютому 2019 р. тимчасово виконуючою обов'язки призначена М. Джуда, що

не вимагало затвердження в Сенаті, але формально її посада не дорівнює заступнику держсекретаря.

Також в підпорядкуванні заступника держсекретаря США з публічної дипломатії та зв'язків з громадськістю знаходяться ще п'ять підрозділів щодо забезпечення американської публічної дипломатії:

1. Експо-блок;
2. Центр глобальної взаємодії;
3. Управління політики, планування і ресурсів;
4. Консультативна комісія США з публічної дипломатії;
5. Бюро освітніх та культурних зв'язків [29].

Останній є одним з ключових підрозділів для просування американської публічної дипломатії. Дане бюро займається науковими, культурними, спортивними і освітніми обмінами, державно-приватним партнерством [23].

У США формальними інститутами, які займаються політикою «м'якої сили» є Бюро у справах освіти та культури Державного департаменту США (Фулбрайтівська програма, програми з вивчення англійської мови, стипендії для громадян країн СНД, підвищення престижу американської вищої освіти, відділ цивільних обмінів, програма по захисту культурних надбань, поширення американських творів мистецтв і т.п.); Інформаційне агентство США, філантропічні та спонсорські організації. Також діє маса неформальних інститутів поширення м'якої сили: Голлівуд, ЗМІ, музика та інше [66, с.102].

На сьогодні американський уряд активно використовує у своїй зовнішній політиці такі визначення публічної дипломатії, як «нова публічна дипломатія», «публічна дипломатія 2.0» або «цифрова дипломатія». Останній термін більш часто застосовується у зовнішньополітичному дискурсі США.

У небагатьох рейтингах «м'якої сили», що дозволяють умовно виміряти успішність публічної дипломатії держави, США практично завжди займали лідируючі позиції. В індексі «М'яка сила 30» (Soft Power 30), який

складається консалтинговим агентством стратегічних комунікацій «Portland» (Лондон, Великобританія) з 2015 р, США жодного разу не виходили за межі першої п'ятірки [27].

Але турбулентні події у світовій політиці, звані американцями «зростанням популізму і національної самосвідомості, правих рухів і антиамериканізму в ряді країн» [32], пошук самими США національного консенсусу з пріоритетних зовнішньополітичних питань ускладнюють роботу американської публічної дипломатії на сучасному етапі, але водночас надають новий імпульс розвитку десятиліттями перевірених інструментів. Причому якщо раніше розвитком публічної дипломатії займалися тільки урядові структури, сьогодні в цій сфері задіяні різні учасники: представники як навколоурядових структур, так і громадянського суспільства.

Висновки до розділу 1

США є родоначальниками публічної дипломатії. З часу своєї появи дана концепція отримала належне розповсюдження, пройшовши довгу еволюцію з моменту її виникнення в політичному дискурсі. Перші згадки про публічну дипломатію з'явилися в 1856 р. в лондонській публікації «Таймс». Пізніше, в більш яскравому вигляді вона стала проявлятися під час і після Першої світової війни. Вперше цей термін був офіційно введений в обіг в 1965 р. Е. Галліоном, деканом Флетчерської школи права і дипломатії Університету Тафтса.

Важливо додати, що незважаючи на те, що феномен публічної дипломатії виник не так давно, темпи її інституційного становлення були такі, що на сучасному етапі вона являє собою одну з домінуючих дипломатичних практик.

На основі аналізу думок науковців було сформульовано власне розуміння публічної дипломатії, а саме: публічна дипломатія – це дії, спрямовані на побудову довгострокових відносин, захист цілей національної зовнішньої політики і краще розуміння цінностей і інститутів власної країни за кордоном. Публічна дипломатія просуває національні інтереси і забезпечує національну безпеку, вивчаючи стан іноземної громадської думки, інформуючи населення і впливаючи на тих, хто формує цю думку.

Становлення і розвиток публічної дипломатії США починається з участі США в Першій світовій війні. Саме в ході війни США почали робити перші кроки по просуванню зовнішньополітичних концепцій США на Європейському континенті і світі в цілому.

Турбулентні події у світовій політиці, звані американцями «зростанням популізму і національної самосвідомості, правих рухів і антиамериканізму в ряді країн», пошук самими США національного консенсусу з пріоритетних зовнішньополітичних питань ускладнюють роботу американської публічної

дипломатії на сучасному етапі, але водночас надають новий імпульс розвитку десятиліттями перевірених інструментів.

РОЗДІЛ 2

ПУБЛІЧНА ДИПЛОМАТІЯ США: АНАЛІЗ РЕАЛІЗАЦІЇ

2.1. Інструменти та інститути здійснення публічної дипломатії

Найбільш суттєвим аспектом досліджень у сфері публічної дипломатії США є її інструменти та інститути її реалізації у зовнішній політиці.

Публічна дипломатія США має безліч інструментів, що конкурують між собою щодо своєї ефективності в досягненні національних та багатосторонніх зовнішньополітичних цілей [53, с. 142].

Існуючі інструменти можна розділити на кілька груп:

1) аналітичні, що мають на увазі проведення опитувань громадської думки в зарубіжних країнах і такий новий напрям, як збір інформації про думку зарубіжної аудиторії про США. Опитування громадської думки активно проводились під час холодної війни, в результаті, виділялися категорії громадян, що негативно відгукувалися про США, внаслідок чого, на цих громадян прямував потік інформаційної пропаганди Сполучених Штатів. Новітнім напрямком в аналітичній діяльності є збір інформації з соціальних мереж і блогів в рамках розвитку цифрової дипломатії, яка уможливила залучення зарубіжної аудиторії в дискусії щодо спірних питань.

2) інформаційні (традиційні та цифрові) – інформування зарубіжної громадськості за допомогою ЗМІ, мережі Інтернет, мобільних телефонів тощо, в тому числі здійснення інформаційної підтримки зовнішньополітичних дій США. Спеціальні програми дипломатичного сигналізування, що проводяться за участю ЗМІ, є невід'ємною складовою інформаційних програм, до яких відносяться програми пропаганди, що застосовуються під час військових дій. Мережа Інтернет – один з найдієвіших інструментів для впливу на найбільш діяльну частину громадянського суспільства в зарубіжних країнах. Американський уряд широко застосовує віртуальний простір, і програми публічної дипломатії,

здійснювані за допомогою Інтернету, які отримали назву «цифрові програми публічної дипломатії».

3) освітні інструменти. Дії в цій сфері спрямовані на реформування і зміну освітньої системи інших зарубіжних країн шляхом академічних обмінів, цільового навчання фахівців, політиків, лідерів партії.

Вони охоплюють:

- 1) обміни серед студентської спільноти;
- 2) цільове навчання таких професійних груп, як політики, лідери партій і НКО, бізнесмени, лідери молоді та студенти;
- 3) програми військового навчання.
- 4) програми в галузі культури, які передбачають виставки, обміни і конгреси творчої інтелігенції, видавнича діяльність і спілкування діаспор.

Новітніми формами втілення публічної дипломатії стали програми зі збору інформації про те, що говорять в тій чи іншій країні про США, а також використання електронних технологій в інформаційних програмах. До традиційних програм відносять освітні та культурні обміни, а також здійснення пропаганди [48, с.52].

У реалізацію американської публічної дипломатії залучені різні актори – від «Макдоналдса», «Діснея», Голлівуду до Смітсонівського інституту і Карнегі-холу. Розглянемо докладніше найбільш ефективні інструменти у сфері американської публічної дипломатії.

Програми публічної дипломатії США переважно створюються для реалізації в засобах масової інформації (далі – ЗМІ). Інформаційні технології та соціальні медіа відіграють значну роль в сучасній системі американської публічної дипломатії. Вони є засобами мобілізації протестного потенціалу населення третіх країн, а також інструментом організації в опозиційні групи і окремі акції. США багато в чому вже сьогодні переносять політику в області публічної дипломатії в кіберпростір, роблячи, таким чином, учасників соціальних мереж і користувачів ресурсів Інтернету ключовою цільовою

аудиторією американських ініціатив публічної дипломатії. Саме на цьому напрямку, сфокусована значна частина роботи американської публічної дипломатії в країнах, де діяльність традиційних інститутів – неурядових організацій, обмінних і грантових програм – адміністративно і законодавчо обмежена [53, с. 143].

Цифрова дипломатія, або «публічна дипломатія Web 2.0» є одним з найбільш активних напрямків, що використовуються в публічній дипломатії. Вона стала важливою альтернативою традиційному функціонуванню системи дипломатичної діяльності сучасної держави. У наступному пункті ми детальніше розглянемо цей інструмент.

Культурна і наукова дипломатія США, також значуща складова публічної дипломатії. Державний департамент США координує понад 90 освітніх та культурних програм, 84 з яких – безпосередньо з семи регіональних бюро у Вашингтоні (Африки, АТР, Європи та Євразії, міжнародних організацій, Близького Сходу, Південної та Центральної Азії, Західної півкулі).

Одним з ефективних інструментів є вища освіта, оскільки США стабільно займають перше місце в світі за кількістю студентів-іноземців. Американські університети – це інкубатори та лабораторії демократії. Як відзначав Р. Стенгел, «вища освіта є одним з головних американських активів, освітні інститути – лабораторіями демократії, а знання англійської мови необхідно для успіху в глобальній економіці [23].

Майбутні лідери з усього світу отримують освіту в США, в результаті чого у них виробляється якщо не симпатія, то емпатія стосовно американського народу, його досягнень, країни, системи, цінностей. США успішно капіталізують даний ресурс: щорічно іноземні студенти приносять в скарбницю США близько 30 млрд. доларів. Крім того, США пропонують освітні програми не тільки на своїй території, але також активно створюють мережу філій американських університетів за кордоном (American University

– у Вірменії, Азербайджані, Болгарії, Казахстані, Киргизії, Марокко, Йорданії, ОАЕ – Шарджа і Дубай) [91].

Важливою частиною використання в публічній дипломатії США досягнень американської вищої освіти є програми міжнародних обмінів – проекти для майбутніх лідерів, а також спеціалізовані програми для різної аудиторії, наприклад проекти для зарубіжних письменників, бізнесменів, жінок, вчителів. Досить сказати, що випускниками американських програм обміну, від своїх підшефних Держдепартаментом, є 75 нобелівських лауреатів і 450 керівників держав [6].

Всі випускники програм Державного департаменту об'єднані в Міжнародну мережу випускників, яка координується офісом у справах випускників Бюро у справах освіти та культури Державного департаменту. Митці, освітяни, спортсмени, студенти, молодь, лідери громадської думки з 160 країн беруть участь в наукових, культурних, спортивних та професійних обмінах. Бюро у справах освіти та культури Державного департаменту пропонує велику кількість програм обмінів для негромадян США.

Ці програми розроблені для викладачів вищих навчальних закладів, урядовців, журналістів, керівників і лідерів громадської думки з різних країн світу. Обміни проводяться на території університетів, розташованих в різних регіонах Сполучених Штатів. У кожному проекті беруть участь 18 фіналістів з різних країн. Мета проведення професійних обмінів – поліпшити якість викладання американістики у навчальних закладах за межами США, познайомити іноземних учасників із Сполученими Штатами, громадян США із іншими культурами та країнами, сприяти просуванню учасників по кар'єрній драбині з метою розширення мережі лояльних до США керівників за кордоном тощо [64, с. 317].

Посольства США в 60 країнах світу підтримують масові відкриті курси дистанційного навчання, тематика яких присвячена різним аспектам – від підприємництва до інженерії (Science, technology, engineering and mathematics

– STEM), провайдерами яких є такі освітні платформи, як Coursera, edX, Udacity, Open CourseWare [7]

Просування вивчення і викладання англійської мови по всьому світу являє собою невід'ємну частину роботи американського зовнішньополітичного відомства. Одна з найбільш успішних програм в цій галузі – мікрогрантова програма «Access», орієнтована на 13-20-річну молодь з країн з несприятливими умовами розвитку, її учасниками є студенти з 85 країн [7].

Важливим інструментом американської публічної дипломатії в зарубіжних країнах є американські центри (American Spaces, Centers, Corners), що функціонують при посольствах, на майданчику яких виступають речники, що розповідають про різні теми. Також 400 центрів в 170 країнах надають консультації з питань навчання в США – так званий «проект Education USA» [16].

Водночас існує проблема обмеженого доступу в подібні центри, оскільки часто вони розташовуються на території посольств США. Крім того, в цифрову епоху досить складно так обладнати центри, щоб люди щодня в них приходили: якщо раніше було достатньо організувати їх за типом бібліотек, то тепер, коли багато ресурсів доступні в електронному вигляді, тому США слід створювати нові ініціативи. У даній ситуації необхідно нешаблонне мислення, наприклад в Джакарті американський центр відкрили в найбільшому торговому центрі, і, хоча перші роки цей проект мав величезний успіх (експоненціальне зростання відвідувачів), з часом ефект від його новизни був знівельований.

Американський уряд використовує певні методи впливу на громадську думку, намагаючись сформувати сприятливий клімат для того, щоб отримати найбільш можливу підтримку суспільства під час розробки та реалізації будь-яких політичних кроків та заходів як у внутрішній політиці, так і на міжнародній арені. Через ЗМІ постійно привертається увага громадськості до певного питання до того моменту, поки дана проблема не починає

сприйматися актуальною і найбільш значною, або поки пропоновані США заходи не починають вважатися необхідними серед широких кіл американського населення.

Уряд США зробив великий внесок у розвиток публічної дипломатії, відкривши у Вашингтоні, Нью-Йорку і Лос-Анджелесі прес-центри для надання інформаційних послуг іноземним журналістам, які працюють у Сполучених Штатах Америки на постійній основі, а також тим, що приїжджають у країну на певний строк. Журналісти досить часто звертаються до таких структур та мимоволі дотримуються порад офіційних представників США щодо вибору новинного контенту для висвітлення в ЗМІ [80].

Одним з головних завдань посольств та інших дипломатичних представництв США за кордоном є донесення офіційної позиції Сполучених Штатів Америки за допомогою преси та налагодження комунікації з місцевими видавництвами і ЗМІ. Відносини дипломата і журналіста грають значну роль у сприятливому поданні публіці політичної інформації [63, с. 29]. У функції аташе по роботі з пресою входить не просто поширення прес-релізів і статей, а й попередній аналіз місцевих ЗМІ з метою окреслення подальших практичних кроків по роботі з ними.

Основним видом діяльності спеціалістів публічної дипломатії США є робота з пресою, тобто участь у брифінгах, інтерв'ю і прес-конференціях з метою донесення до громадськості зарубіжних країн офіційної точки зору Вашингтону з приводу окремих питань міжнародної діяльності та американської внутрішньої політики, а також формування відповідей на питання, що цікавлять закордонні та національні ЗМІ [84].

До одного з інструментів офіційної публічної дипломатії США можна віднести протидію зниженню американського іміджу в мережі Інтернет, боротьба з екстремізмом, моніторинг соціальних мереж. Подібну діяльність США стали здійснювати ще з 2006 р., постійно розширюючи і удосконалюючи структури і використовувані методи.

Щодо інститутів здійснення публічної дипломатії, то за існуючою класифікацією функціонування зовнішньополітичного механізму США у сфері використання публічної дипломатії здійснюється у двох магістральних напрямках: офіційному та неофіційному.

Під офіційними інститутами маються на увазі установи або система установ, що організовують та обслуговують процес здійснення політичної влади, забезпечують її встановлення та підтримку, а також передачу політичної інформації та обмін діяльністю між владою та іншими сферами політичного життя [52, с. 72].

Однією з основних установ американського уряду, що реалізують зовнішню культурну політику, заведено вважати Бюро у справах освіти та культури у структурі Державного департаменту США. Бюро створено з метою сприяння розвитку взаєморозуміння між США та іншими державами. Займається посередництвом розробки та здійснення міжнародних освітніх програм та семінарів.

Установа забезпечує розвиток особистих, професійних та інституційних зв'язків між окремими особами та організаціями у Сполучених Штатах Америки та за кордоном, а також інформує міжнародну спільноту про американську історію, сучасне американське суспільство, мистецтво та культуру США. І хоча офіційні заяви місії офісу спрямовані на взаєморозуміння та розвиток мирних відносин, зрозуміло, що справжня місія агентства сьогодні ґрунтується на припущенні, що молодіжні обміни є ключем до продовження американського впливу за кордоном.

Сьогодні установа управляє цілою галуззю програм обміну студентами та вченими, спонсором яких є Федеральний уряд США. Вона здійснює такі програми [48, с. 45]:

- стипендіальна програма Фулбрайта для аспірантів, дослідників, викладачів та керівників;
- курси англійської мови, створені Департаментом програм англійської мови для розвитку взаєморозуміння між Сполученими Штатами та іншими

країнами. Програми іноземного представництва Департаменту з вивчення англійської мови надають допомогу та консультацію щодо програм мовного навчання, ініційованих посольствами та консульствами Сполучених Штатів Америки по всьому світу;

- програми для країн СНД, країн Східної Європи та Балкан, які надають стипендії та сприяють розвитку відносин на інституційному рівні;
- програми призначені для підвищення знань іноземних студентів про Сполучені Штати за допомогою організації семінарів, форумів тощо;
- освітні партнерські програми для підтримки контактів між американськими та зарубіжними навчальними закладами в галузі середньої та вищої освіти;

Через компетентну службу Бюро з питань освіти та культури, надається інформація про нові гранти та нові програми культурного та освітнього обміну, як для приватних осіб, так і для наукових та некомерційних організацій [16].

Підрозділ з інформації та ресурсів у сфері освіти (Educational Information and Resources Branch) розвиває популярність та підвищує престиж американської вищої освіти за кордоном, співпрацює з освітніми організаціями Америки з метою інтенсифікації міжнародних обмінів [22]. Департамент цивільних обмінів (Департамент з цивільних питань) реалізує спільні та молодіжні програми у співпраці з некомерційними організаціями у Сполучених Штатах;

Це не повний список програм та ініціатив, що здійснюються бюро освіти та культури у підтримці та співпраці з різними громадськими та приватними організаціями та фондами. Державний департамент також активно розвиває програми зі зміцнення культурних контактів із закордонними партнерами та займається популяризацією американської культури та мистецтва за допомогою таких проєктів [5]:

- 1) ініціатива образотворчих мистецтв – проєкт із фінансування бюджетів посольств США з метою організації поїздки майстрів образотворчих мистецтв США до приймаючих країн;
- 2) «Ритм дороги – американська музика за кордоном» («Rhythm Road – American Music Abroad») – програма з організації гастролей американських музичних колективів за кордоном, як правило, джазових та хіп-хоп виконавців;
- 3) Державний департамент також забезпечує офіційну популяризацію сучасного американського мистецтва та інших видів мистецтва на великих міжнародних виставках та бере участь в організації виставок американських художників.

Програми управління з питань освіти та культури фінансуються з федерального бюджету та приватного капіталу. З точки зору підтримки з боку неурядових організацій, найбільш помітними та відомими програмами Бюро є програма Фулбрайта, а також програма для іноземних гостей (International Visitor Program). Цікаво, що фінансування культурних програм за кордоном інколи йде із бюджетів територіальних відділів Державного департаменту [91].

У Державному департаменті Офіс міжнародних інформаційних програм (далі – ОМІП) підтримує комунікацію з іноземними журналістами та громадянами щодо пріоритетів політики США. Перекладом політичної літератури американських авторів, її виданням і поширенням по всьому світу, також займається ОМІП. Ним же реалізується програма виїзних лекторіїв, де обговорюються теми, запропоновані американськими посольствами.

Офіс міжнародних інформаційних програм кожного місяця випускає видання електронних журналів: «Зовнішня політика США», «Економічні перспективи», «Питання демократії», «Глобальні проблеми» і «США: суспільство і цінності». Вони публікуються англійською мовою, але також

доступні на веб-ресурсі в перекладі на іспанську, португальську, російську та французьку мови [26].

Державний департамент Сполучених Штатів Америки працює над тим, щоб програми по лінії публічної дипломатії були більш адресними. З метою постійного вдосконалення інструментів публічної дипломатії США профільні експерти, що працюють в більшості випадків в Центрі публічної дипломатії Південнокаліфорнійського університету (USC CPD) та в Школі права і дипломатії ім. Флетчера Університету Тафтса, Інституті публічної політики ім. Бейкера Університету Райса, активно займаються питанням вивчення і впровадження кращих світових практик для досягнення поставлених цілей.

Нині дипломатична служба США володіє різного роду інструментарієм для здійснення публічної дипломатії. В першу чергу, до них відносять особисті зустрічі і комунікацію з різними представниками державних установ та громадськості, які дозволяють отримувати інформацію з першоджерел. Наступною складовою є взаємодія з пресою, участь в інтерв'ю, брифінгах, пресконференціях, які дозволяють донести до громадськості офіційну точку зору з певного питання, безпосередньо прояснити політику держави в конкретній галузі і дати відповіді на цікаві для публіки питання. Якщо розглядати друковану інформацію, то американські посольства в постійному режимі випускають прес-релізи, в яких відбувається інформування про цікаві та важливі заходи, які були організовані посольством, про візити і значні події, які мали місце в країні [50, с. 17].

USIA або Інформаційне агентство США було одним з найважливіших інститутів та інструментів публічної політики. Наприкінці XX ст. агентство було закрито, але тільки формально, тому що всі основні функції були передані Державному департаменту, як і штат співробітників, які й почали займатися керівництвом культурної, освітньої та інформаційної пропаганди за кордоном. У розпорядження цього органу було передана радіостанція

«Голос Америки», зарубіжні бібліотеки Державного департаменту, та інші підрозділи [5].

Залучення Інформаційного агентства США до участі у створенні та координації зовнішньополітичного курсу сприяло розробці більш гнучких засобів та методів інформаційного та психологічного впливу на інші країни.

У рамках агентства було сформовано компетентний персонал з питань політики у галузі ЗМІ. Їх метою було здійснення спільної роботи з іншими зацікавленими політичними та урядовими відомствами з розвитку ідеї, яка буде здатна забезпечити максимальний рівень потоку інформації та ідей між народами світ та США. Діяльність цієї установи контролює Консультативна комісія з публічної дипломатії США. В свою чергу, Консультативна комісія з публічної дипломатії підзвітна заступнику держсекретаря США з питань Громадської дипломатії [66, с. 115].

Інформаційне агентство США брало активну участь у розробці проекту «Публічна дипломатії та покращення демократії», за допомогою якого надавалася допомога іншим народам, з метою втілення в життя «демократичної» ідеї Сполучених Штатів Америки. У цьому проекті було визначено кілька мирних та популярних способів, які б допомогли США максимально успішно реалізувати демократизацію інших держав в рамках своє публічної дипломатії. Цими засобами були сприяння демократичній еволюції існуючих систем та заохочення прихильності людей до ідеалів американської демократії.

Програма імені Хемфрі також був одним із проектів USIA. Вона була спрямована на успішних вчених із інших країн, які хотіли б підвищити свою кваліфікацію в університетах США [54, с. 215].

Інформаційним агентством США реалізувалися програми наукових, культурних, інформаційних обмінів з державами СНД. Наприклад, програма надання стипендій Е. Маски, завдяки якій визначні випускники, запрошуються для участі в американських освітніх програмах у галузях

соціальних та гуманітарних наук. Також молодих аспірантів та молодих дослідників забезпечували стипендіями.

Фінансування даних програм частково здійснюється за допомогою філантропічних фондів. Філантропічні фонди США – це мережа спеціально створених установ, основний напрямок діяльності яких націлено на надання як політичного, так і економічного впливу. Тут сконцентровано великі кошти, які до певної міри звільнені від виконання суто економічних функцій [71, с. 3].

Напрями, за якими діють дані фонди [46, с. 169]:

- 1) розробка цілей та напрямів зовнішньополітичного курсу США на сучасному історичному етапі;
- 2) ідеологічне обґрунтування та соціально-економічне виправдання поставлених завдань, їх пропаганда;
- 3) підготовка, відбір та розставлення власних та зарубіжних кадрів задля практичного здійснення глобальної політики США.

Діяльність фондів сприяє створенню інвестиційного клімату; Найчастіше вони допомагають уряду розв'язувати економічні питання, і при розробці урядових планів держава з частіше звертається за їх допомогою, ніж за допомогою офіційного американського апарату.

Фонди приділяють особливу увагу створенню наукових центрів та навчальних закладів. Наприклад, Фонд Форда та Фонд Рокфеллера відіграли значну роль у «зеленій революції»: вони фінансували роботу в Азії з розробки нових сортів рису; зокрема, за їх допомогою при Філіппінському університеті було створено Інститут рису, що пізніше був перетворений на Міжнародний центр досліджень рису [46, с. 144-145].

Приватні фонди та спонсорство США, що діють у глобальному масштабі є одним із найефективніших інструментів зовнішньої політики та інструментами дуже потужного американського впливу за межами Сполучених Штатів Америки.

Діяльність цього інституту відображає прямі чи опосередковані інтереси представників бізнес-еліти, а також глобального управлінського класу. На прикладі діяльності приватних благодійних фондів та організацій знову простежується близькість, взаємозв'язок та взаємодоповнення політичних, економічних, геополітичних та культурних факторів зовнішньополітичної стратегії американської держави.

Також слід згадати роль Конгресу США у формуванні внутрішньої та зовнішньої політики у культурній сфері в цілому. Конгрес Сполучених Штатів – це законодавчий орган Сполучених Штатів Америки, встановлений відповідно до Конституції 1789 року та відокремлений структурно від виконавчої та судової гілок влади. Він складається з двох палат [48, с. 95]:

- 1) сенат, в якому кожен штат, незалежно від його розміру, представлений двома сенаторами;
- 2) палата представників, у якому кількість членів обирається з урахуванням чисельності населення.

Серед явно виражених повноважень Конгресу, визначених у Конституції є право накладати та збирати податки, позичати гроші в кредит Сполучених Штатів, регулювати торгівлю, заробляти гроші, оголошувати війну, підтримувати армії та приймати всі закони, необхідні для виконання своїх повноважень [14].

Конгрес є засновником найбільших у Сполучених Штатах урядових організацій у галузі науки, культури та мистецтва, наприклад, Національного фонду мистецтв (National Endowment for the Arts). Цей орган формує законодавчу базу зовнішньої політики країни, забезпечуючи діяльність офіційних інститутів реалізації публічної дипломатії. Також Конгрес щороку затверджує обсяг бюджету виділених коштів на фінансування культурних програм.

В США існує відділ політики, планування та ресурсів, який займається контролем за реалізацією завдань публічної дипломатії, здійснюваної через соцмережі, з метою запобігання витоку інформації. Подібні відділи створені і

в ЦРУ, Пентагоні, а також Агентстві міжнародного співробітництва. Зокрема, в ЦРУ був створений відділ «Open Source Center», який здійснює щоденний аналіз і відстеження зарубіжних інтернет-видань газет і журналів і негайно відповідає на негативну інформацію про США. Свої «відповіді» відділ поширює через соцмережі і блогерів [47, с. 220].

В США успішно сформована законодавча база функціонування федеральних урядових освітніх програм і благодійних фондів, а також цілком результативний механізм організації неурядових структур. Розміри інвестиційних коштів безпосередньо залежать від ступеня політичної значущості країни у зовнішній політиці США. Крім цього, підвищення субсидування однієї зі сфер суспільного життя держави дає можливість робити висновки про високий ступінь зацікавленості в результаті того чи іншого процесу.

Значну роль реалізації зовнішньополітичного курсу США у сфері культури та громадської дипломатії відіграють неурядові організації. Неурядова організація – добровільна група осіб або організацій, які зазвичай не пов'язані з певним урядом, що створюється для надання послуг або для пропаганди державної політики [17].

Непідробний інтерес викликає питання фінансування неурядових організацій, в обов'язки яких входить просування американських цінностей і захист національних інтересів держави. Головним органом, що займається формуванням статей витрат і таким, що відповідає за діяльність фінансованих неурядових організацій, є Агентство Сполучених Штатів з міжнародного розвитку. Важливо відзначити, що фінансова підтримка США відбувається з використанням двох головних каналів – непрямого, через різні неурядові структури, фонди та організації, а також через національне інформаційне агентство.

Найбільшою неурядовою організацією Сполучених Штатів є Національний фонд демократії (National Endowment for Democracy), що

займається просуванням демократії. Сума коштів фонду розподіляється по чотирьох дочірніх інститутах [17]:

- 1) Національному демократичному інституту міжнародних відносин (NDI);
- 2) Міжнародному республіканському інституту (IRI);
- 3) Центру незалежного приватного підприємництва (CIPE);
- 4) Американському центру міжнародної трудової солідарності («Solidarity Center»).

П'ятдесят відсотків коштів організації розподіляються порівну у формі грантів переліченим вище інститутам, а решта бюджету розподіляється між декількома іншими організаціями, що сприяють демократії, а також дрібним групам корінного населення у всьому світі [19]. Іноді державні кошти виділяються на конкретні програми: наприклад, у 2004 р. NED було виділено 60 млн. дол. на будівництво демократії в Іраку. У 2018 р. на підтримку України було виділено 4 млн. дол. [17].

Метою допомоги, згідно самого плану бюджету є сприяння демократичним реформам у регіонах; сприяння здійсненню ключових реформ. Організація проводить поглиблене дослідження та публікує звіти про важливі реформи, у тому числі у секторах освіти, охорони здоров'я та державного управління. Вона також сприятиме навчанню та обговоренню з групами орієнтованими на реформи, у різних державних міністерствах та з лідерами громадянського суспільства за допомогою відкритих та закритих політичних семінарів, мережеских заходів та короткострокових курсів професійного розвитку [25].

Під «неофіційними» інститутами реалізації «м'якої сили» розуміється неконтрольований потік американської культури, який направлений Сполученими Штатами Америки по всіх каналах засобів масової інформації у світі. Такі важелі впливу опосередковані, але дуже ефективні. Єдиний мінус цієї культурної політики – її «не контрольованість». Неофіційними інститутами США є [40, с. 182]:

1. Голлівудський кінематограф. Це головний культурний продукт, ідеологічна зброя та один з найважливіших засобів формування іміджу держави на світовій арені. За допомогою кінематографа американці зуміли неймовірно опоетизувати свою країну, створити привабливий імідж у більшості населення планети.

2. Американське телебачення. Для американців телебачення є важливим. Через його канали багато в чому формується громадська думка та уявлення американців про навколишній світ, події, що відбуваються. Все це подається, як правило, під відповідним кутом, у потрібному ідеологічному ракурсі.

3. Радіо. У наші дні радіо відіграє помітну роль, але менш вагому, ніж телебачення. Особлива важливість тут завжди приділялася радіослужбі «Голос Америки», а також «Радіо Марті» у період розквіту діяльності Інформаційного агентства США. Скромніша роль відводилася радіостанціям «Свобода», «Вільна Європа» та «Радіо Вільна Азія».

4. Соціальні мережі (Twitter, Facebook тощо). Інтернет є вже не тільки каналом для торгівлі та розваг, він надає вирішальний вплив на сучасні конфлікти, не тільки в галузі шпигунства та воєнних дій, а й у визначенні того, яка інформація доходить до людей по всьому світу.

Головними у цьому інформаційному натиску є соціальні мережі «WikiLeaks», «Facebook» і «Twitter», що транслюють американську публічну дипломатію. Саме вони є інструментом революційної боротьби та державних переворотів у країнах, що цікавлять США. [66, с. 267]

Перераховані вище механізми непрямого політтехнологічного управління як компонента публічної дипломатії США створюють можливості для впливу дистанційно через передачу інформації за допомогою соціальних мереж, інтернет-блогів, телебачення, радіо.

Формуючи цими каналами ліберально-демократичне культурне середовище, американські медіа відкривають шлях до залучення аудиторії в небачених раніше масштабах. По суті, змінюється модель глобального

управління, що набуває непрямого, більш гнучкого та узгодженого з іншими учасниками міжнародного спілкування характеру.

Таким чином, американська публічна дипломатія використовує велике коло інструментів, які дають можливість ефективно реалізовувати поставлені перед нею завдання, разом з цим в Сполучених Штатах створено цілий ряд державних і недержавних структур, що здійснюють заплановані заходи з публічної дипломатії.

2.2. Цифрова дипломатія США, як основний елемент нової публічної дипломатії

У сучасному світі цифрові технології в руках міжнародних акторів служать в якості просування іміджу однієї країни або дискредитації іншої, а також для впливу на суспільно-політичний настрій в цілому.

За допомогою динамічного розвитку інформаційно-комунікаційних технологій, які фактично дозволяють стирати національні кордони і надавати глобальний вплив на всі сфери життя суспільства, поява цифрової дипломатії стала можливою для тієї чи іншої держави [47, с. 213]. Цей метод реалізації публічної дипломатії зумовлює вплив на громадську думку і процеси прийняття рішень з питань зовнішньої політики через Інтернет. Змінюючи зміст своєї дипломатичної діяльності, цифрова дипломатія дозволяє державним і недержавним суб'єктам якомога швидше охопити свою багатомільйонну міжнародну аудиторію з мінімальними витратами, гнучко реагувати і отримувати негайний громадський резонанс. Формами цифрової дипломатії є сторінки соціальних мереж і блоги. Фундатори публічної дипломатії, Сполучені Штати Америки, на сьогодні є одними з найуспішніших у її цифровізації.

Початок свого розвитку цифрова інфраструктура в Держдепартаменті США бере ще в 1990-х рр. Після розпаду СРСР функції Міністерства оборони і Держдепартаменту США стали деяким чином перетинатися.

Миротворчу місію взяли на себе військові, а програми Держдепартаменту, наприклад, проекти публічної дипломатії, недоотримували фінансування. Одним із прикладів використання електронних засобів служили міжнародні біржові і торгові операції. Необхідно було не тільки знову розмежувати функції міністерств, а й надати дипломатам технічні засоби, які вже були в розпорядженні як військових, так і фінансистів. В цей час було підготовлено ґрунт для подальших більш істотних трансформацій відповідно до мінливого контексту технологічного розвитку [62, с. 29].

Дискусії про створення централізованої структурованої системи електронних засобів підтримки дипломатичної діяльності активно велися ще в кінці 1990-х рр. Їх результатом в 1999 р. став «Звіт консультаційної ради зовнішньополітичної служби за кордоном». У Звіті були надані рекомендації щодо негайного оновлення систем ІКТ, розгортання як відкритих, так і конфіденційних мереж для дипломатичних працівників, а також привселюдно доступних ресурсів для громадян. Витрати на створення централізованої електронної інфраструктури на початковому етапі оцінювалися в 330-400 млн. дол. [69, с. 39].

Після подій 11 вересня 2001 р. стало очевидно, що м'яка сила життєво важлива для національних інтересів США, відповідно, відбулося оновлення і розширення спектра програм публічної дипломатії. Одночасно з розумінням того, як вибудувати фізичну основу, складається концепція цифрової дипломатії.

Важливі кроки на цьому напрямку були зроблені Державним ссекретарем К. Пауеллом в 2001-2005 рр. в рамках більш масштабних програм технологічної модернізації державного апарату США. В 2003 р. в складі Управління інформаційними ресурсами Держдепартаменту був створений «мозковий центр» - Служба е-дипломатії (Office of eDiplomacy), котра стала займатися питаннями ІТ-забезпечення. Першочерговим завданням була консолідація інфраструктури для е-дипломатії [32].

У результаті до 2005 р. було забезпечено безперебійне підключення до систем SIPRNET (для передачі секретної інформації) та OSIS (відкриті мережі), консолідовані сервери в єдину систему, за допомогою електронних засобів оптимізована фінансова сторона, створені сайти основних дипломатичних відомств і програм публічної дипломатії, об'єднані в глобальну мережу адреси електронних пошт, впроваджені програми для підвищення ефективності роботи підрозділів Державного департаменту, проведено навчання персоналу [32].

У цей період були освоєні базові ресурси, які згодом будуть модернізуватися і на основі яких буде здійснюватися зв'язок між відомствами і координаторами програм публічної дипломатії, а також із зовнішньою аудиторією в глобальному масштабі.

Проте, не все працювало так, як було заплановано і вказано в документах. Дипломатичні місії за межами США відчували значні труднощі через цифровий розрив в країнах, що розвиваються, який необхідно було подолати. Роботу в цьому напрямі продовжила Держсекретар К. Райс. Стало зрозуміло, що тільки інфраструктури недостатньо, необхідні відповідні демократичні інститути, що забезпечують стабілізацію і однорідність розвитку. Тільки в таких умовах стане можливим скорочення цифрового розриву, поширення комунікаційних мереж і стандартизація операцій.

У 2007 р відбулася переорієнтація стратегічного вектора з вибудовування інфраструктури на функціональну трансформацію регіонів зусиллями навчених фахівців. У документах дана концепція була позначена як «трансформаційна дипломатія» [83, с. 8].

Саме 2007 р. можна вважати початком активного розвитку нової дипломатії США, коли Б. Обама, тодішній сенатор штату Іллінойс, став першим світовим лідером, який приєднався до Twitter і Facebook [51, с. 132].

При адміністрації Б. Обама зусилля в галузі публічної дипломатії покращилися і відбулось сприятливе зростання іміджу Сполучених Штатів серед іноземної громадськості [83]. Тоді стало очевидно, що соцмережі

дозволяють безпосередньо спілкуватися з необмеженим числом людей, незалежно від країни проживання. Вони відіграли значну роль у зусиллях адміністрації Б. Обама щодо публічної дипломатії та національного брендингу Сполучених Штатів.

У 2008 р. заступник Держсекретаря Дж. Глассман вперше вживає поняття «публічної дипломатії 2.0» для позначення феномена. Після цього виділяють три стадії розвитку цифрової дипломатії США. Під час першого етапу (2009-2012 рр.) Держсекретар Г. Клінтон впровадила саму концепцію цифрової дипломатії і запустила нові проекти [47, с. 218] .

Основи цих програм вкладалися в концепцію «м'якої сили» («soft power»), і навіть більше того, знаходить розвиток в ідеї «розумної сили» («smart power»), яка була підтримана держсекретарем Г. Клінтон. Ці напрямки з 2009 р. стали важливою частиною програми зовнішньої політики США «Державне управління в ХХІ столітті».

Централізовані інструменти аналізу соціальних мереж, як і цифрові кампанії, застосовувалися ще не так широко. Основним засобом був діалог із закордонним населенням, залучення до спільної діяльності на загальних цифрових майданчиках, робота з лідерами думок і їх навчання. Залучення відбувалося не тільки в медіасередовищі, а й серед експертів з міжнародних справ. «Діпловедія» стала доступна для зовнішнього користувача, активно створювалися експертні акаунти в Facebook, Twitter, LinkedIn та інших соціальних мережах.

Навчання новим технологіям було не менш важливим і реалізувалося у 2010 р. в програмі публічної дипломатії «ТехКемп» (TechCamp) для молодих технічних фахівців, журналістів та представників науково-культурного товариства. Незабаром ці зусилля принесли плоди і привели до появи «твіттер-дипломатії» [69, с. 41]. Повний потенціал впливу і мобілізації в нових медіа проявився вже до 2011 р. в революціях «арабської весни». Тоді велику роль в організації зіграли саме соціальні мережі.

У стратегічному плані розвитку ІТ 2011-2013 рр. Держдепартамент США визначив низку пріоритетних напрямків. По-перше, частина дипломатичної активності повинна була перейти в Інтернет не експериментально, а децентралізовано, в якості системної і постійної практики. У цей час для персональних акаунтів політиків і державних діячів стали розроблятися цифрові PR-стратегії, сітки контент-планів, міжнародне мовлення переводилося в цифровий формат. По-друге, велика увага приділялася створенню надійної і безпечної глобальної хмарної інфраструктури.

Всі ці кроки підготували ґрунт для системного і безперервного ведення цифрових кампаній, а також початку глобального збору та зберігання даних. У 2011 р. Б. Обама підписав президентський указ (Executive Order 13584) «Про розробку ініціативи контртерористичних комунікацій і устанovu тимчасової організації для підтримки комунікаційної урядової діяльності за кордоном» [47, с. 218].

Таким чином, в період 2003-2007 рр. технологічні інновації починають вже серйозно розглядатися Держдепартаментом як інструмент просування зовнішньополітичних інтересів США. Було підготовлено ґрунт для більш масштабних перетворень, які повністю змінили способи взаємодії США з іншими державами. Основним фактором, крім безпосередньо технологічного розвитку суспільства, стало прагнення США забезпечити свою безпеку і домінування в новому тисячолітті завдяки контролю над інноваціями. Нові технології стали засобом реалізації зовнішньої політики, що забезпечує швидкість і точність передачі інформації, широту охоплення населення, нові канали мобілізації.

Другий етап розвитку цифрової дипломатії (2013-2017 рр.) характеризується переходом від «цифрової м'якої сили» до концепції стратегічних комунікацій [68, с. 40]. У цей період хмарна інфраструктура була вже повністю функціональна. Почали розроблятися і застосовуватися методи аналізу «цифрової» поведінки користувачів на основі настроїв та

уподобань. При наявності такої інформації діалог виявився занадто ресурсозатратною практикою, заміщаючи стратегіями прямого і непрямого інформаційного впливу і пропаганди.

Був створений Центр стратегічних контртерористичних комунікацій (Center for Strategic Counterterrorism Communications) і в його складі сформовані команди по цифровим зовнішнім контактам (Digital Outreach Teams). Вони повинні були займатися створенням позитивного інформаційного фону навколо США, просуванням зовнішньополітичного порядку США, протидією інформаційним зусиллям ворожих країн і нейтралізацією ворожих наративів в Інтернеті. При цьому в якості ворожого визначалося все, що суперечило або не відповідало позиції адміністрації [83].

У стратегічному плані 2014-2016 рр. пріоритетні напрямки розвитку стосувалися «мобільної дипломатії» (mobile diplomacy), цифрової дипломатії з акцентом на аналітику, управління інформацією і знаннями, а також продовження розвитку глобальної цифрової інфраструктури і методів управління цифровими системами. Вперше в документах з'явилася кібербезпека як один з ключових компонентів інфраструктури для дипломатичної діяльності [90].

Отже, міжнародна взаємодія стала здійснюватися на абсолютно інших швидкостях, а основними пунктами порядку стали кібербезпека та управління даними. Її розвиток забезпечувався не внаслідок діалогу, а шляхом створення зручних і приємних для зарубіжних користувачів інтерфейсів і наративів емоційного впливу. Залучення в ці наративи обумовлено зовсім не красивими образами, а системним впливом на поведінку, робота з переконаннями і уподобаннями. Такі практики в даний період стали невід'ємною частиною ведення інформаційно-психологічних і когнітивних воєн в кіберпросторі.

Третя стадія, що почалася в 2018-2020 рр., вивела розвиток цифрової дипломатії на новий рівень [68, с. 45]. Вона характеризується масовим

використанням великого обсягу даних і дипломатії даних, а також інституціоналізацією цих видів діяльності.

Сполучені Штати Америки нині мають найбільші ресурси для такої діяльності. Переважна більшість Інтернет-сервісів, таких як: Google, YouTube, Wikipedia, Facebook, Twitter, належать американцям. У США налічується 700 державних акаунтів на різних мовах світу, а число читачів складає близько мільярду. По всьому світу на Facebook, Twitter і YouTube знаходяться велика кількість цих ресурсів, які охоплюють багатомільйонну аудиторію. Варто також згадати про функціонування цифрової Команди по зовнішнім контактам (Digital Outreach Team), діяльність якої спрямована на боротьбу з тероризмом і пропаганду цінностей у всьому світі [44, с. 132].

Основними принципами формування цифрової дипломатії на сьогоднішній день є гнучкість підходу до формування публічної політики, а також орієнтація на цільову аудиторію країни, населення якої має отримати повідомлення від США.

В рамках цифрової дипломатії, здійснюваної Держдепартаментом Сполучених Штатів, можна виділити основні напрямки: розвиток блогерського руху в зарубіжних країнах, боротьба з тероризмом в інтернет-просторі [41, с. 3]

Інтернет-майданчики дають можливість політикам самостійно публікувати свою думку без опосередкованої участі ЗМІ. Заяви, коментарі, відповіді на питання можуть бути розміщені на офіційному сайті, в блозі, на соціальній сторінці політика в той момент, який він вважатиме за потрібне. Таким чином, цифрова дипломатія надає нові важелі впливу на громадську думку з боку самих політиків. При цьому матеріали ЗМІ з коментарями політиків починають здобувати більшою мірою аналітичний характер, ніж інформаційний.

Присутність Д. Трампа в соціальних мережах привернула увагу всього світу, оскільки він приєднався до Twitter у 2009 р., маючи понад 88,9 мільйона підписників. Серед усіх лідерів Д. Трамп виступав одним із

найвпливовіших і суперечливих користувачів Twitter, оскільки його повідомленнями (далі – твіти) ділилося в середньому 300 000 користувачів [4], а більшість його твітів мали різкий характер щодо тої, чи іншої ситуації. Своєрідний і оригінальний стиль постів Д. Трампа робив його, безумовно, популярним в очах громадськості і мільйонів користувачів, небайдужих до політичних процесів всередині і за межами США [84, с. 20].

Розглядаючи інформаційну політику США на просторі мережі Інтернет, варто відзначити, що цілий ряд офісів цифрової дипломатії займається виключно соціальними мережами і мережевими спільнотами. Центр електронних комунікацій відповідає за підтримку декількох платформ соціальних мереж Державного департаменту, з метою ведення дискусій на формальному рівні, наприклад блог «DipNote», твіттер-канал «StateDept» (Офіційний акаунт Державного департаменту в Твіттері), а також офіційна сторінка Державного департаменту в «Фейсбуці». Працівники даного сектора здійснюють підтримку твіттер-каналів багатьма мовами світу [67, с. 39].

Безперервне технологічне зростання стимулює подальшу модернізацію механізмів цифрової дипломатії США. Стратегічний план розвитку ІТ 2017-2019 рр. став логічним продовженням докладених раніше зусиль [4]. У стратегічному плані 2019-2022 рр. поставлені завдання впровадити інтерфейси голосової машинної комунікації (voice-to-computer interfaces). Особлива увага буде приділятися новим технологіям на основі штучного інтелекту, системам глобальної супутникової навігації і цифрової картографії, а також використання перекладацьких сервісів на нейромережах [4]

Що стосується підготовки контенту, то тут розвиток цифрової дипломатії підштовхнув американців до цікавих змін. Якщо спробувати провести порівняння, то зараз Бюро міжнародних інформаційних програм і посольства працюють як велике медіа з регіональними підрозділами. Частина контенту створюється на місцях, частина – централізовано у Вашингтоні, для чого в 2014 р. Держдепартамент запустив платформу «ShareAmerica».

Бюро міжнародних інформаційних програм розміщує на «ShareAmerica» матеріали, які присвячені різним темам, пов'язаним з Америкою і просуває американські цінності та інтереси. Назва платформи виправдана тим, що матеріали готуються в форматі, яким зручно ділитися в соціальних мережах.

Крім текстів Держдепартамент використовує відео-ролики, наприклад, для представлення нових послів або на пов'язані з Америкою теми через «ShareAmerica». Відео використовується для інтерактивного спілкування, коли користувачі можуть ставити питання в режимі реального часу.

Ще один формат, який використовується в цифровій дипломатії США – це онлайн-курси. Держдепартамент і посольства своїми силами проводять курси англійської, а також дають посилання на масові онлайн-курси, що надаються американськими університетами на сайті Coursera.

Яскравим прикладом вибудовування цифрової дипломатії США є презентація великої державної структури НАТО, що має міжнародне значення, в мережі Інтернет. Північноатлантичний альянс відіграє найважливішу роль в міжнародних дипломатичних відносинах США, так як військово-політичний блок є основним напрямком діяльності США як держави, а не приватних корпорацій, які мають широкий вплив на вибудовування соціально-економічних міжнародних відносин держави [34, с. 12].

Цифрова дипломатія НАТО є однією з найбільш розвинених систем. Вона орієнтована на формування громадської думки по всьому світу. Інформаційна повістка, створювана в рамках цифрової дипломатії альянсу, характеризується географічним таргетуванням: зміною порядку щодо військово-політичної кон'юнктури в країні користувача електронних ресурсів за участю НАТО [34, с. 14].

Аналізуючи проекти, що реалізуються США у рамках цифрової дипломатії можна виділити такі основні напрями [67, с. 43]:

- 1) організація протестного руху у зарубіжних країнах;
- 2) створення антицензурних комп'ютерних програм;

- 3) формування діалогу між представниками уряду західних країн та окремими блогерами у зарубіжних країнах;
- 4) боротьба з тероризмом у мережі.

Значне місце у цифровій дипломатії займає розвиток блогерства. В рамках організації протестного руху в інших країнах фахівцями США було здійснено проект створення Союзу молодіжних рухів (Alliance of youth movement) в мережі Інтернет.

Американці провели пошук груп або окремих блогерів, які критично ставляться до діяльності урядів своїх країн або виступають з різними громадськими ініціативами. Державним департаментом США було висунуто ініціативу, спрямовану на створення груп представників у недемократичних державах з допомогою Інтернету.

Восени 2010 р. Г. Клінтон запустила один із найефективніших проектів під назвою «Civil Societe 2.0» або «TechCamps». Основними темами для обговорення на семінарах в рамках цього проекту стали: передача знань та технологій з використання соціальних мереж у соціальному та політичному житті суспільства, способи отримання доступу до сайтів, які закриті урядом, використання спеціальних мобільних технологій, що дозволяють натисканням однієї кнопки попередити всіх друзів про небезпеку [39, с. 5].

Іншим інструментом забезпечення активістів та опозиціонерів доступу до Мережі стало створення функції на платформі «Twitter», яка дозволяє через місцевий мобільний зв'язок передавати повідомлення в цю соціальну мережу у разі закриття інтернету в країні. Вперше ця функція була успішно апробована в Єгипті у 2011 р.

Таким чином, цифрова дипломатія є важливою частиною та дуже перспективним напрямом у межах публічної дипломатії США, яка вже сьогодні визначає розвиток сучасної політики. Політичні діячі та організації орієнтовані на формування іміджу та лобіювання власних інтересів за допомогою переконання населення країни, на політику якої вони збираються впливати. Цифрова дипломатія США показує, наскільки широкий спектр

методів може використовуватися на сьогоднішній день для досягнення цілей держави. Значення цифрової дипломатії у зовнішньополітичній діяльності країн з роками лише посилюється.

Висновки до розділу 2

Існуючі інструменти публічної дипломатії США можна згрупувати таким чином:

1) аналітичні, що мають на увазі проведення опитувань громадської думки в зарубіжних країнах і такий новий напрям, як збір інформації про думку зарубіжної аудиторії про США.

2) інформаційні (традиційні та цифрові) – інформування зарубіжної громадськості за допомогою ЗМІ, мережі Інтернет, мобільних телефонів тощо, в тому числі здійснення інформаційної підтримки зовнішньополітичної дії США.

3) освітні. Дії в цій сфері спрямовані на реформування і зміну освітньої системи інших зарубіжних країн шляхом академічних обмінів, цільового навчання фахівців, політиків, лідерів партії.

4) програми в галузі культури, які передбачають виставки, обміни і конгреси творчої інтелігенції, видавнича діяльність і спілкування діаспор.

Після подій 11 вересня 2001 р. стало очевидно, що «м'яка сила» життєво важлива для національних інтересів США, відповідно, відбулося оновлення і розширення спектра програм публічної дипломатії. Одночасно з розумінням того, як вибудувати фізичну основу, складається концепція цифрової дипломатії.

Було проаналізовано проекти, що реалізуються США у рамках цифрової дипломатії та виділено основні напрями. Цифрова дипломатія є важливою частиною публічної дипломатії США, яка вже сьогодні визначає розвиток сучасної політики. Політичні діячі і організації орієнтовані на

формування іміджу та лобіювання власних інтересів за допомогою переконання населення країни, на політику якої вони збираються впливати. Цифрова дипломатія США показує, наскільки широкий спектр методів може використовуватися на сьогоднішній день для досягнення цілей держави.

РОЗДІЛ 3

ПРОБЛЕМИ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ США НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

3.1. Проблеми публічної дипломатії США на сучасному етапі

Після закінчення «холодної війни», розпаду Радянського Союзу і розпуску Організації Варшавського договору сфера публічної дипломатії стала сприйматися політичним керівництвом США як менш значуща в зв'язку з втратою «ідеологічного супротивника». Відсутність серйозного конкурента в глобальному інформаційному просторі призвело до того, що в останні двадцять років американська публічна дипломатія якщо і реформувалася, то точково й епізодично.

Функції, пов'язані з публічною дипломатією, так і залишилися розділені між двома урядовими структурами, не дивлячись на довгий шлях до консолідації в єдиному відомстві, який відповідні інститути пройшли в XX столітті, і який був ліквідований в 1999 р.

З приходом Президента Д. Трампа існувала тенденція на акцентування силових засобів зовнішньої політики, характерних для республіканського правління, що призвело до зниження ролі інститутів публічної дипломатії в зовнішній політиці країни. У період його президентства не робилося жодних спроб розробити документ стратегічного характеру, який визначив би найближче майбутнє американської публічної дипломатії. Адміністрація Д. Трампа майже не відстоювала привабливість образу США в очах іноземної аудиторії та не домогалася з її боку схвалення політичних і військових рішень Вашингтона.

Після перемоги у виборах, Дж. Байден пообіцяв повернути повагу до Америки в світі і домогтися глобального лідерства США «не тільки прикладом їх могутності, а й могутністю їх прикладу» [35, с. 26], можна

зробити висновки про те, що публічна дипломатія буде одним з активно використовуваних інструментів його зовнішньої політики.

Наразі, адміністрація Дж.Байдена робить ставку на протиставлення себе і своїх методів попередникам. Це стосується і публічної дипломатії.

Той факт, що публічна дипломатія США до останнього часу в цілому демонструвала хороші показники, можна пояснити ефектом інерції: кількість зусиль і ресурсів, вкладених у створення і вдосконалення відповідної системи в період холодної війни, була настільки велика, що і у відсутності нових етапів розвитку дозволяло тривалий час зберігати вражаючі результати.

Згідно з доповіддю за 2020 рік, одна з ключових проблем американської публічної дипломатії – недостатнє фінансування. Виділений для публічної дипломатії бюджет на 2019 фінансовий рік склав 2,21 млрд. доларів [11]. Як і в минулі роки (щонайменше в останні п'ять років) обсяг фінансування публічної дипломатії становить не більше 3,9% від загального бюджету, виділеного на міжнародні відносини.

Щорічно зменшується фінансування публічної дипломатії. Наприклад, якщо у 2018 р. фінансування збільшилося відносно 2017 р. на 2,6%, то фінансування 2019 р. щодо 2018 р. збільшилось лише на 1,1%. При цьому з урахуванням інфляції обсяги виділених коштів з 1994 р. скоротилися на 340 млн. доларів [11].

Подібна динаміка негативно позначається на ефективності публічної дипломатії. Важливо також врахувати стрімкий технологічний розвиток, який призводить до подорожчання профільних програм, а також той факт, що цільова аудиторія американської публічної дипломатії за цей період зросла більш ніж на 2,1 млрд. осіб [35, с. 27].

Не менш серйозна проблема, що зберігається з року в рік, – недостатньо оптимізований розподіл ресурсів. Особливо це стосується ступеня відповідності фінансованих програм стратегічним зовнішньополітичним пріоритетам США. Проблема впливає безпосередньо

з нестачі аналізу і моніторингу ефективності публічної дипломатії. Консультативна комісія США з публічної дипломатії у своїх доповідях регулярно підкреслює недофінансування цього напрямку. Також, місце США у рейтингу «м'якої сили 30», хоч і тримається у першій п'ятірці, але з 2016 р. країна послідовно опускалася до п'ятого місця у 2019 р.

Ще однією важливою проблемою в системі публічної дипломатії США є кадрове питання. В першу чергу це стосується посади заступника держсекретаря з публічної дипломатії та зв'язків з громадськістю. За 22 роки існування поста на ньому змінилося 16 осіб, 7 з яких були виконуючими обов'язки. Якщо в доповіді 2019 р. Консультативна комісія США з публічної дипломатії робила акцент на необхідності підбору кандидатури з урахуванням відповідної кваліфікації (закликала призначати на цю посаду фахівця, що володіє професійним досвідом і якостями, які мають відношення до управлінської практики і до публічної дипломатії), то в доповіді 2020 р. акцент змістився на критичність ситуації з постійною зміною осіб, що виконують обов'язки на цій посаді, в контексті нових викликів перед Сполученими Штатами [12].

Крім цього, в системі публічної дипломатії США як і раніше вакантні багато керівних посад: на ці позиції необхідні досвідчені експерти й талановиті кадрові дипломати. Більш того, в цілому спостерігається нестача фахівців, які пройшли навчання саме у напрямку публічної дипломатії, у співробітників відповідних відомств не вистачає знань про цільову аудиторію, про інші народи і їх менталітет. Недолік професіоналів поєднується з недостатньою привабливістю вакансій з точки зору розвитку кар'єри.

Це призводить вже до проблеми стратегічного рівня: без відповідних досліджень неможливо ефективно планувати реалізацію публічної дипломатії для конкретних країн і регіонів. Нарешті, в доповіді Консультативної комісії США з публічної дипломатії зазначається незадовільність міжвідомчої координації у сфері публічної дипломатії, що

призводить до появи дублюючих один одного функцій і, як наслідок, до зниження показників результативності. У зв'язку з цим Комісія закликає оновити навчальні плани та створити нові можливості для професійного розвитку фахівців з публічної дипломатії [35, с. 28].

Інша суттєва проблема американської публічної дипломатії полягає в тому, що не відбувалося серйозної реструктуризації та реформ у системі протягом понад двадцять років. У доповіді 2020 р. одним з трьох викликів американської публічної дипломатії, що загрожують національній безпеці та добробуту, називається недолік стійкої міжвідомчої координації для забезпечення злагодженості дій в глобальному інформаційному просторі [12].

Ще однією негативною тенденцією, що свідчить про кризу, в якій перебуває американська публічна дипломатія – це посилення «оборонних тенденцій». Згідно з доповіддю, один з трьох основних викликів для національної безпеки і добробуту США, – це зростаюча інтенсивність кампаній «згубного впливу». Під ними маються на увазі зусилля інших країн (Росії, Китаю та Ірану) з нарощування свого впливу в глобальному інформаційному просторі.

Цей тренд поступово посилювався з 2016 р. після того, як був створений Центр глобальної взаємодії – один з новітніх структурних підрозділів в підпорядкуванні заступника держсекретаря з публічної дипломатії та зв'язків з громадськістю. Замінивши собою Центр стратегічних контр-терористичних комунікацій, Центр глобальної взаємодії істотно розширив спектр завдань і додав до протидії терористичній пропаганді боротьбу з «пропагандою і дезінформацією», що спонсоруються іноземними урядами. За ці роки фінансування відповідного підрозділу збільшилася в 10 разів: з 5 млн. доларів в рік до понад 50 млн. доларів на рік. Надалі, згідно з доповіддю, планується збільшити бюджет до 138 млн. доларів на рік [12].

У доповіді 2020 р. Комісія рекомендує надати Центру глобальної взаємодії статус Бюро Державного Департаменту США [12]. Згідно з цією

логікою, рівень публічної дипломатії інших країн вже не дозволяє Сполученим Штатам зберігати своє лідерство тільки за рахунок зусиль власної публічної дипломатії. Адже все більшого значення набуває контр діяльність спрямована на підлив можливостей інших держав.

З цієї ж причини автори доповіді рекомендували Бюро по зв'язках зі світовою громадськістю повернути практику щоденних прес-конференцій та політичних брифінгів на тлі «виняткової швидкості поширення дезінформації та пропаганди». У звіті 2019 р. подібні заходи лише рекомендувалося зробити просто більш частими [11]. Також заслуговує на увагу нова рекомендація Комісії зі створення єдиного для використання співробітниками Держдепартаменту набору термінів для опису операцій «згубного впливу» (дезінформація, пропаганда та інше) і по встановленню внутрішньовідомчого консенсусу щодо ключових визначень.

Якщо поєднати вищеназвані тенденції з географією фінансування публічної дипломатії США по регіонах, то побачимо, що найбільші побоювання щодо втрати провідних позицій в інформаційному полі у Сполучених Штатів викликає європейський регіон. В 2019 фінансовому році, як і за рік до цього, найбільша частка бюджету припала на Європу (23,68% від загальної суми виділених коштів). Зате регіон Південної і Центральної Азії з четвертого місця (16,3% від загальної суми виділених коштів в 2018 фінансовому році) за рік піднявся на друге (19,18% – в 2019 р.). При цьому значна частка зростання фінансування припала на Узбекистан (більш ніж в 5 разів – на 7 млн. доларів) і Киргизстан (більш ніж на 1,5 млн доларів) [46]. У статтях витрат в 2019 фінансовому році Росію з четвертого місця на п'яте потіснила Україна, яка, в свою чергу, до цього була на шостому місці. Уже згаданий Узбекистан піднявся з 43-го місця на шосте, а Китай з сьомого місця спустився на дев'яте [12]. Це дозволяє припустити, що основну загрозу в сфері публічної дипломатії США бачать в Росії, тому вважають за краще нарощувати зусилля публічної дипломатії в близьких до неї регіонах.

Спостерігаються труднощі з формулюванням всеосяжної національної стратегії публічної дипломатії. Тричі були зроблені спроби видати відповідний офіційний документ: Національна стратегія США для публічної дипломатії та стратегічних комунікацій (U.S. National Strategy for Public Diplomacy and Strategic Communication) [33] в 2007 р, Національні основи стратегічних комунікацій (National Framework for Strategic Communication) [68] у 2010 р. та Оновлені національні основи стратегічних комунікацій (Update on National Framework for Strategic Communication) [31] в 2012 р. Ці труднощі були спричинені змішуванням понять «публічної дипломатії» і «стратегічної комунікації», оскільки передбачалося активне залучення Міністерства оборони у відповідну діяльність. Але вже в 2012 р. Міністерство відмовилося від використання терміна «стратегічна комунікація» [5] і відповідних ініціатив, аргументувавши це небажанням втручатися в цивільні справи і дублювати функції службовців Держдепартаменту [8]. Проте, нова офіційна стратегія публічної дипломатії, яка враховує зміни, що відбулися, так і не була опублікована.

Незважаючи на декларацію намірів нової президентської адміністрації США відновити втрачені позиції, в тому числі, в сфері морального та ідейного глобального лідерства, різка зміна ситуації щодо публічної дипломатії США в коротко- і середньостроковій перспективі є малоймовірною.

Стан системної кризи американської публічної дипломатії підтверджує і той факт, що в XXI столітті США не вдалося ні запобігти, ні оперативно нівелювати кілька досить серйозних спалахів антиамериканізму у світі, що відображають погіршення іміджу США в очах іноземної громадськості. Зростання антиамериканізму спостерігалось після початку війни в Іраку у 2003 р. Дана тенденція тривала кілька років і супроводжувався антивоєнними протестами в різних країнах не один рік. Зокрема, протести, які відбувалися 15 лютого 2003 р. більш ніж у 800 містах світу, в 2004 р. були включені в книгу рекордів Гіннеса як найбільша антивоєнна демонстрація в історії

людства [44]. Наступне аналогічне різке зниження рівня симпатій до США (в середньому на 20%) за кордоном, за даними дослідницького Центру П'ю (Pew Research Center) було зафіксовано у 2017-2018 рр. після обрання президентом країни Д. Трампа [92].

На сучасному етапі, згідно дослідження проведеного в червні 2020 р. Європейською радою з міжнародних справ, в середньому у 57% опитаних з дев'яти європейських країн погіршилася думка про США за час коронавірусної кризи [28]. Додатковою причиною погіршення іміджу країни стали протести проти поліцейського свавілля і в підтримку руху «Життя чорних важливе» (Black Lives Matter). Зокрема, в статті, опублікованій в «Foreign Policy», М. Крейніг, заступник директора Центру стратегії і безпеки ім. Б. Скоукрофта в Атлантичній Раді («Atlantic Council»), посилаючись на свої джерела, говорить про те, що у представників урядів країн-союзниць думка про США змінилася в гіршу сторону через протести [81].

З огляду на вище окреслені проблеми, можемо зробити висновок, що американська публічна дипломатія потребує комплексного системного реформування, яке може бути реалізовано за допомогою значних фінансових інвестицій уряду в відповідну сферу. Проте ситуація ускладнюється умовами триваючої пандемії COVID-19, необхідністю ліквідувати її наслідки в економічній і соціальній сферах. Тому, на тлі передвиборних обіцянок Дж. Байдена щодо підвищення соціальної підтримки всередині США, малоймовірно, що політичне керівництво США знайде можливість виділити достатній обсяг коштів на публічну дипломатію та ініціативу по її повному реформуванню і «відродженню».

3.2. Заходи уряду США для реформування публічної дипломатії на сучасному етапі

Кризові тенденції, які останні роки спостерігаються в публічній дипломатії США потребують проведення масштабної комплексної реформи

американської публічної дипломатії, сполученої з оформленням відповідного стратегічного бачення, трансформацією структури інститутів і усуненням всіх слабких місць і недоліків відповідної системи.

Комплексна реформа американської публічної дипломатії необхідна з точки зору розробки нового послідовного законодавства в цій сфері. Подібні кроки допомогли б усунути в діючих законах бюрократичні недосконалості, які ускладнюють процес аналітики і моніторингу публічної дипломатії в США.

Комплексне реформування неможливе без реструктуризації існуючих інститутів. Ця необхідність також підкреслюється в доповідях Консультативної комісії США з публічної дипломатії як умова для реалізації потенціалу американської публічної дипломатії. Ця потреба випливає з ряду недоліків існуючої системи:

- програми американської публічної дипломатії не завжди достатньо ефективні або не відповідають повною мірою зовнішньополітичним пріоритетам США;
- ряд ініціатив дублюють функції одна одної і потребують консолідації;
- зберігається недостатність польових досліджень при виробленні стратегії взаємодії з іноземною аудиторією, що ускладнює вибір коректних інструментів;
- існує потреба в механізмі більш активного залучення профільних структур Держдепартаменту (зокрема, Бюро з освітніх та культурних зв'язків) в процес політичного планування на рівні керівництва регіональних бюро.

На підставі змін, що відбувалися в останні десять років, можна зробити висновок про те, що процес реформування публічної дипломатії почався з президентства Б. Обама і полягав у зміні законодавства та принципу керівництва відповідним урядовим агентством.

Закон Сміта-Мундта 1948 р. забороняв уряду США займатися пропагандою в межах США, але у 2013 р. ця заборона була знята. У 2015 р. була заснована посада генерального директора Ради керуючих з питань

мовлення [1]. Надалі реструктуризація цієї Ради стала частиною законопроекту оборонного бюджету США на 2016 р. схваленого і підписаного президентом Б. Обамою [19].

Відповідно до закону директор Ради керуючих з питань мовлення, чия кандидатура повинна бути запропонована президентом і схвалена Сенатом, бере на себе всю повноту повноважень по керівництву урядовим агентством, включаючи обов'язок щодо забезпечення незалежності мовлення від уряду США. Причому ці повноваження раніше виконувалися Радою керуючих – комісією, що складалася з дев'яти учасників, від двох правлячих партій. Директор отримав широкий спектр повноважень: можливість об'єднувати і консолідувати кілька структур в складі агентства, звільняти і призначати керівництво кожної організації, а також переказувати кошти з однієї в іншу.

Перший етап, здійснений в період президентства Б. Обама, змінив внутрішню організацію структури і принцип керівництва, створивши кращі умови для інкорпорації політичної волі та стратегічного бачення президента з питань публічної дипломатії в роботу відповідного агентства.

Наступним кроком американського політичного керівництва, став масштабний процес комплексних реформ відповідної системи саме з інституту, відповідального, за зовнішнє мовлення – з Агентства США з глобальних медіа. Рада керуючих з питань мовлення (BBG), яка наглядала за американськими ЗМІ, в серпні 2018 р. була перетворена в Агентство США з глобальних ЗМІ (US Agency for Global Media – USAGM). Метою реформації стало прискорення роботи з подальшою ліквідацією працюючої за сумісництвом комісії, яку давно критикували за неефективність.

Комісію з дев'яти членів обох партій, яка здійснювала нагляд за діяльністю BBG, замінив більш вузький за складом консультативний орган. Для цього було засновано консультативний комітет з п'яти учасників, включаючи держсекретаря, які призначаються президентом без схвалення Сенату. Діяльність даного комітету обмежена консультативною функцією, вся повнота прийняття рішень лежить на генеральному директорові. Таким

чином, перший етап реформи дозволив сконцентрувати всі основні повноваження в руках однієї вищої посадової особи, що призначається безпосередньо президентом. Подібна трансформація спростила процедуру впровадження стратегічного бачення президента з питань публічної дипломатії в діяльність інституту, відповідального за публічну дипломатію.

У 2018 році в Державному департаменті США відбулася реорганізація структур, що займаються публічною дипломатією: об'єднання підрозділів по взаємодії з зарубіжною та внутрішньою аудиторією в рамках єдиного Бюро з глобальних зв'язків з громадськістю. Даний крок, який став найбільшим структурним перетворенням в Державному департаменті за останні 20 років, покликаний «оперативно протидіяти російській та китайській дезінформації» [2].

США також необхідно створити на рівні окремого комітету в Раді національної безпеки США (РНБ) механізм координації зусиль Держдепартаменту, Міністерства оборони та розвідувального співтовариства в питаннях поширення впливу і американських наративів в світі. Це підтверджує приклад періоду «холодної війни» (за винятком президентства Р. Ніксона і періоду «розрядки», коли відчутно знизилося напруження ідеологічного протистояння). Тоді керівництво американської публічної дипломатії в особі директора Інформаційного агентства США було постійно залучено в роботу Ради національної безпеки. В цьому відношенні особливо помітний період президентства Р. Рейгана, при якому в 1983 р. була створена Група спеціального планування при РНБ. До її складу входили радник з нацбезпеки, держсекретар, міністр оборони, директора ЮСІА і Агентства США з міжнародного розвитку, помічник президента з комунікацій.

Початок проведення реформування був причиною певних позитивних тенденцій в публічній дипломатії США у напрямку вирішення проблем. Зокрема, фінансування Відділу політики, планування і ресурсів в підпорядкуванні заступника держсекретаря з публічної дипломатії та зв'язків з громадськістю у 2019 р. збільшилося більш ніж у два рази в порівнянні з

2018 р.: з 4,5 млн. доларів до 11,1 млн. доларів [11]. Саме цей структурний підрозділ здійснює стратегічне планування у сфері американської публічної дипломатії, оцінює потенціал і ефективність реалізованих програм, стежить за оптимальним розподілом фінансування. На тлі загального системного недофінансування публічної дипломатії навряд чи це відчутно змінить ситуацію найближчим часом.

За 2019 р. Інститут зарубіжної служби при Державному департаменті США включив до навчальних планів курси по роботі з даними, створення контенту, аналізу аудиторій, вибудовування контактів, моніторингу та оцінки. Звісно ж, що дана ініціатива, може розв'язати проблему недостатньої привабливості вакансій в публічній політиці лише частково, оскільки безпосередньо залежить від рівня фінансування сфери і її значущості на вищому політичному рівні.

Йде активне реформування діяльності американських куточків і центрів – вони повинні бути не просто місцем для читання книг і безкоштовного доступу в Інтернет, а й майданчиком для отримання навичок, що відповідають запитам місцевої аудиторії (допомога в пошуку роботи, організація курсів 3D-моделювання, фотокурси) [2].

Наступний етап реформ почався влітку 2020 р. зі вступом на посаду генерального директора Агентства США з глобальних медіа М. Пека. Його кандидатура була вперше висунута Д. Трампом ще в 2018 р, але остаточне затвердження Сенатом відбулося 4 червня 2020 р. М. Пек – член Республіканської партії, кінорежисер, засновник незалежної кінокомпанії «Manifold Productions, Inc». На його рахунку безліч документальних фільмів, які завоювали нагороди національного рівня. Багато його робіт присвячено американській історії, видатним особистостям, ключовим боям і політичних подій.

У 2003-2006 рр. М. Пек займав посаду старшого віце-президента з питань телемовлення в Корпорації суспільного мовлення (Corporation for Public Broadcasting). Дана некомерційна організація, яка фінансується з

федерального бюджету, була заснована в 1967 р. Конгресом США для забезпечення загального доступу до високоякісних телекомунікаційних послуг. Займаючи відповідний пост, М. Пек був автором декількох ініціатив патріотичного і консервативного характеру:

1. «Америка на роздоріжжі» (America at a Crossroads) – серія з 20 документальних фільмів, присвячених викликам, з якими США зіткнулися після терористичної атаки 11 вересня 2001 р.;
2. «Американська культура і громадянська ініціатива» (American History and Civics Initiative) інноваційний цифровий медіа-проект, націлений на ліквідацію неписьменності з питань вітчизняної історії серед молоді.

У минулому М. Пек займав пост директора кабельного і супутникового телеканалу Ворлднет (WORLDNET). Цей канал з цілодобовим мовленням і глобальною орієнтацією, запущений в 1983 р, був одним з проектів ЮСІА. По суті, він був першою спробою розширити набір інструментів публічної дипломатії завдяки телебаченню. Його завданням було демонструвати світові «збалансований і достовірний образ американського суспільства, політики і народу» [91]. У 2004 році Ворлднет був поглинений «Голосом Америки».

Таким чином, вибір кандидатури М. Пека для керівництва урядовим агентством, відповідальним за глобальні медіа, виглядав досить обґрунтованим. В першу чергу, побувавши автором, продюсером і режисером, він прекрасно обізнаний зі всіма процесами кіновиробництва. Завдяки роботі в незалежній кінокомпанії, М. Пек володіє знаннями в таких сферах, як маркетинг, таргетування аудиторії, підбір найкращого формату мовлення. Той факт, що він працював в Корпорації суспільного мовлення і на посаді директора Ворлднет, по-перше, говорить про досвід керівної та адміністративної діяльності, а, по-друге, про навички взаємодії з бюджетним фінансуванням. Більш того, досвід роботи в Ворлднет сигналізує про компетентність М. Пека безпосередньо в питаннях глобальних медіа.

Призначення М. Пека генеральним директором Агентства США з глобальних медіа стало початком другого етапу реформування публічної

дипломатії. Його першою ініціативою стала зміна керівництва всіх структур мовлення, які перебувають в юрисдикції агентства (директор і заступник директора «Голосу Америки» подали у відставку за власною ініціативою незадовго до початку звільнень). М. Пек також звільнив зі своїх посад фінансового директора, що в минулому виконував обов'язки генерального юрисконсульта, директора зі стратегічних питань, заступника операційного директора, виконавчого директора і директора з питань управлінського обслуговування [35, с. 30].

Наступним кроком М. Пек ініціював комплексну перевірку діяльності Агентства США з глобальних медіа у зв'язку з виявленням «систематичних фундаментальних порушень в системі безпеки, багато з яких зберігалися на протязі декількох років» [81]. Перевірка була аргументована тим, що згадані порушення завдавали шкоди ефективності діяльності Агентства та представляли собою загрозу для національної безпеки. Крім цього, М. Пек призупинив оновлення віз для працівників в агентстві іноземних журналістів і анонсував, що особиста справа кожного з них буде переглянута на предмет підстав для видачі візи і доцільності подібних дій [81].

В жовтні 2020 р. Генеральний директор Агентства скасував так зване правило «файрволу» (firewall - термін, що прийшов з комп'ютерних технологій і спочатку означав захист комп'ютерних систем від несанкціонованого або небажаного втручання). Це правило передбачало наявність певного бар'єра всередині агентства між журналістами і керівництвом, не дозволяючи останньому хоч в якійсь мірі впливати на підбір новин для публікації і на те, як ці новини повинні освітлюватися.

Таким чином, генеральний директор Агентства США з глобальних медіа за підсумками першого етапу реформи, реалізованого за президентства Б. Обама, який отримав широкий спектр повноважень, провів кадрові перестановки, змінивши керівників, під чийм керівництвом діяльність Агентства була, на його погляд, недостатньо ефективною. Крім цього, ініційована ним перевірка повинна була допомогти провести переоцінку

діяльності Агентства та політики його керівництва, виявити слабкі місця у відповідній системі.

Здійснення цих кроків було підставою для підготування ґрунту для подальших комплексних реформ. Оскільки отримується можливість вибрати найкращий підхід і найбільш оптимальний порядок дій. Що стосується ліквідації «файрволу», то метою цього заходу було подальша безперешкодна реалізація обраної стратегії мобілізації ресурсів ЗМІ для підтримки національних інтересів. З урахуванням того, що кандидатура директора висувається президентом, можна говорити про скорочення перешкод для імплементації бачення президента в системі публічної дипломатії.

Цікаво, що, попри всі суперечності між адміністраціями Б. Обама і Д. Трампа, спостерігалася спадкоємність в сфері реформування інститутів публічної дипломатії – це підтверджує об'єктивну необхідність відповідних реформ, яку усвідомлювали президенти, що представляли різні політичні партії і мали різні погляди з багатьох політичних тем.

Необхідно також відзначити, що відповідні дії викликали активний опір. Звільнені і відсторонені співробітники, назвали рішення М. Пека незаконними. Наслідком цього стало видання тимчасової судової заборони (до остаточного судового розгляду) федеральним окружним судом у Вашингтоні 20 листопада 2020 р. Згідно з нею керівництво Агентства, включаючи генерального директора, не може «втручатися в прийняття рішень або приймати рішення» щодо кадрових питань в редакціях «Голосу Америки» та інших структур.

Заборона також не дозволяє безпосередньо взаємодіяти керівництву Агентства з редакторами та журналістами (за винятком осіб, які очолюють відповідні структури мовлення), а також проводити перевірки щодо контенту, журналістів і передбачуваних порушень професійної етики співробітниками [12]. При цьому, вимоги позивачів були задоволені частково: зокрема суд відмовився випускати заборону на основі звинувачень

М. Пека в порушеннях закону «Про міжнародне мовлення» і про перевищення повноважень на посаді генерального директора.

Зміни, що відбулися в системі ЗМІ викликали ряд побоювань серед експертів в 2020 р. Наприклад, М. Олбрайт (держсекретар США в 1997-2001 рр.) і М. Натансон (Голова Ради керуючих з питань мовлення в 1998-2002 рр.) висловилися, що з великою ймовірністю керівництво М. Пека призведе до політизації іномовлення. На думку критиків, це може підвищити залежність відповідних політичних інститутів від голови держави і його бачення ситуації. Наслідком цього стане зниження рівня довіри до американських ЗМІ з боку іноземної аудиторії, яка почне ставити під сумнів неупередженість відповідних інструментів мовлення [35, с. 33].

З одного боку, припущення про те, що нова, реформована американська публічна дипломатія в цілому та іномовлення зокрема будуть значною мірою пов'язані з політичним (особливо зовнішньополітичним, з урахуванням цільової аудиторії іномовлення) порядком уряду США, не позбавлене сенсу. У заявах М. Пека звучали такі поняття, як «національна безпека» та «національні інтереси» в контексті оцінки ефективності діяльності Агентства. Відповідно, передбачається, що в першу чергу публічна дипломатія (і діяльність відповідних структур) повинна служити цим інтересам. Більш того, консервативні і патріотичні погляди М. Пека, помітні по його фільмам і проектам, досить ймовірно впливають відповідним чином на його уявлення про ефективну публічну дипломатію.

З іншого боку, такий розвиток подій не обов'язково мав би негативні наслідки для результативності та міжнародної репутації американської публічної дипломатії. Прикладом цього є дискусії про допустимий рівень політизованості і ідеологізованості відповідної діяльності, що не припинялися протягом півстоліття. Двічі в двадцятому столітті подібні побоювання озвучувалися дуже наполегливо.

Наприклад, в 1953 р., коли сенатор Дж. У. Фулбрайт, засновник знаменитої однойменної програми обмінів, яка заклала фундамент одного з

провідних інструментів публічної дипломатії США, активно пручався передачі освітніх і культурних інструментів американської публічної дипломатії (включаючи обмінні програми) в юрисдикцію Інформаційного агентства США, яке, на його думку, занадто фокусувалося на реалізації зовнішньополітичних державних інтересів, пов'язуючи публічну дипломатію з політичної порядком. Протягом багатьох років він аргументував свою позицію побоюванням того, що в складі ЮСІА обмінні програми стануть більш політизованими і пройнятими духом ідеологічного протистояння холодної війни, що зробить їх менш привабливими для зарубіжних учасників і знизить їх ефективність.

Однак в 1978 р., в період президентства Дж. Картера, обмінні програми все-таки увійшли в юрисдикцію Інформаційного агентства США, а побоювання не виправдалися. Американські обмінні програми не тільки не стали менш привабливими для іноземців, навпаки, аж до наших днів число учасників не переставало збільшуватися щороку [12].

Вдруге рівень політизованості американської публічної дипломатії викликав серйозне занепокоєння експертної та політичної спільнот з приходом до влади Р. Рейгана. Його сучасники відзначали більш політизований підхід з його боку, так як Р. Рейган надавав великого значення ідеологічному протистоянню з Радянським Союзом і у відповідній діяльності, спрямованій на трансляцію американських ідей в світі, бачив невід'ємну частину системи національної безпеки. Прогнози про зниження ефективності американської публічної дипломатії через такий підхід (який, як передбачалося, своїм напором мав провокувати негативну реакцію) були фактично спростовані перемогою США в ідеологічному протистоянні, закінченням холодної війни і початком перебудови в СРСР. Ці події стали тріумфом публічної дипломатії США в тому, що стосувалося завоювання умів і сердець іноземної аудиторії і досягнення політичних цілей через трансляцію американських поглядів і цінностей за кордоном, а також через культивування привабливого міжнародного іміджу держави [35, с. 35].

В грудні 2020 р. Канцелярія спеціального радника США, що являє собою незалежне федеральне агентство, яке отримує інформацію від інформаторів, і відповідно захищає їх права, щодо порушень закону всередині державних відомств, включаючи права робітників, перевищення повноважень, нецільове використання ресурсів та інше, наказала М. Пеку як голові Агентства США з глобальних медіа почати перевірку всередині відомства на підставі скарг інформаторів про порушення [12].

У 2020 р., коли президентом країни став Дж. Байден Консультативна Комісія США з публічної дипломатії в своєму звіті, дотримуючись внутрішньополітичного мейнстріму, виступила з критикою всіх рішень М. Пека і закликала повернути ситуацію в Агентстві США з глобальних медіа до вихідних умов. Тому всі рішення М. Пека, призначеного директором Агентства США з глобальних медіа влітку 2020 р., були скасовані: звільнені співробітники відновлені на посаді, призначені ним – відправлені у відставку (включаючи самого М. Пека). Внутрішні перевірки, що націлені на виявлення системних недоліків і підвищення ефективності, були припинені. І це при тому, що перетворення послідовно продовжували курс на реформування публічної дипломатії, що почався ще в період президентства Б. Обама з реструктуризації Агентства.

Одним з основних аргументів критики стало саме звинувачення попереднього керівництва в спробах підвищити рівень політизованості Агентства за рахунок більшого залучення Білого дому в справи публічної дипломатії.

Ці події і той факт, що вони відбулися вже після оголошення про перемогу Дж. Байдена в виборах президента США, дають можливість припустити, що відповідний прогрес в сфері може бути знівельований новою президентською адміністрацією в рамках партійного внутрішньополітичного протистояння і демонстративної боротьби зі спадщиною Д. Трампа. Тому, звичайно ці перетворення знову викличуть турбулентність в системі публічної дипломатії, що негативно позначиться на її та ефективності.

Висновки до розділу 3

Комплексне реформування публічної дипломатії США неможливе без реструктуризації існуючих інститутів. Ця необхідність також підкреслюється в доповідях Консультативної комісії США з публічної дипломатії як умова для реалізації потенціалу американської публічної дипломатії. Ця потреба впливає з ряду недоліків існуючої системи:

Зміни, що торкнулися Агентства США з глобальних медіа, стали першою фазою глобального трансформаційного процесу і мали скоріше підготовчий характер. Цікаво, що, попри всі суперечності між адміністраціями Б. Обами і Д. Трампа, спостерігалася спадкоємність в сфері реформування інститутів публічної дипломатії – це підтверджує об'єктивну необхідність відповідних реформ, яку усвідомлювали президенти, що представляли різні політичні партії, і мали різні погляди з багатьох політичних тем.

Якщо президентська адміністрація Дж. Байдена буде послідовна в даному питанні, велика ймовірність того, що трансформаційні процеси поступово поширяться і на інші напрямки публічної дипломатії США, крім закордонного мовлення, що покладе край проблемам публічної дипломатії.

Однак робити більш однозначні прогнози не представляється можливим в тому числі через те, що відповідні перетворення вимагають багато часу: в минулому між установою Інформаційного агентства США і остаточною консолідацією всіх функцій публічної дипломатії в його складі пройшло більше двох десятиліть. Таким чином, доведення процесу комплексної реформи до логічного кінця буде залежати не тільки від Дж. Байдена, але й від його наступників. При цьому об'єктивна реальність, що диктує необхідність відповідних трансформацій, буде піддаватися впливу різних зовнішньо- і внутрішньополітичних чинників (як передбачуваних, так

і непередбачуваних) і відповідно буде видозмінюватися, що зробить процес трансформації ще більш тривалим.

ВИСНОВКИ

Розглянуто сутність публічної дипломатії. Визначено, що США є родоначальниками публічної дипломатії. З часу своєї появи дана концепція отримала належне розповсюдження, пройшовши довгу еволюцію з моменту її виникнення в політичному дискурсі. На основі аналізу думок науковців було сформульовано власне розуміння публічної дипломатії, а саме: публічна дипломатія – це дії, спрямовані на побудову довгострокових відносин, захист цілей національної зовнішньої політики і краще розуміння цінностей і інститутів власної країни за кордоном. Публічна дипломатія просуває національні інтереси і забезпечує національну безпеку, вивчаючи стан іноземної громадської думки, інформуючи населення і впливаючи на тих, хто формує цю думку.

Публічна дипломатія сформувалася завдяки певним факторам, таким як: глобалізація, прогрес в сфері комунікаційних технологій і посилення впливу і залучення громад в міжнародні справи держав. Попри те, що феномен публічної дипломатії виник не так давно, темпи її інституційного становлення були такі, що на сучасному етапі вона являє собою одну з домінуючих дипломатичних практик.

Досліджено особливості розвитку системи публічної дипломатії США. Визначено, що становлення і розвиток публічної дипломатії США починається з участі США в Першій світовій війні. Саме в ході війни США почали робити перші кроки по просуванню зовнішньополітичних концепцій США на Європейському континенті і світі в цілому. Сучасну системну організацію публічної дипломатії США характеризує те, що основні інститути системи – державні.

На сьогодні американський уряд активно використовує у своїй зовнішній політиці такі визначення публічної дипломатії, як «нова публічна дипломатія», «публічна дипломатія 2.0» або «цифрова дипломатія». Останній термін більш часто застосовується у зовнішньополітичному дискурсі США.

В якості пріоритету своєї «нової публічної дипломатії» США виділяють просування демократії і прав людини.

Визначено інструменти та інститути здійснення публічної дипломатії США. Інструменти публічної дипломатії США можна згрупувати таким чином:

1) аналітичні, що мають на увазі проведення опитувань громадської думки в зарубіжних країнах і такий новий напрям, як збір інформації про думку зарубіжної аудиторії про США.

2) інформаційні (традиційні та цифрові) – інформування зарубіжної громадськості за допомогою ЗМІ, мережі Інтернет, мобільних телефонів тощо, в тому числі здійснення інформаційної підтримки зовнішньополітичної дії США.

3) освітні. Дії в цій сфері спрямовані на реформування і зміну освітньої системи інших зарубіжних країн шляхом академічних обмінів, цільового навчання фахівців, політиків, лідерів партії.

4) програми в галузі культури, які передбачають виставки, обміни і конгреси творчої інтелігенції, видавнича діяльність і спілкування діаспор.

Щодо інститутів здійснення публічної дипломатії, то за існуючою класифікацією функціонування зовнішньополітичного механізму США у сфері використання публічної дипломатії здійснюється у двох магістральних напрямках: офіційному та неофіційному.

Проаналізовано цифрову дипломатію США, як елемент нової публічної дипломатії на сучасному етапі. Визначено, що після подій 11 вересня 2001 р. м'яка сила набула значної важливості в національних інтересах країни. Це стало причиною оновлення і розширення спектра програм публічної дипломатії та призвело до формування концепції цифрової дипломатії.

Сьогодні цифрова дипломатія є важливою частиною публічної дипломатії США, яка вже сьогодні визначає розвиток сучасної політики. Політичні діячі і організації орієнтовані на формування іміджу та лобіювання власних інтересів за допомогою переконання населення країни, на політику

якої вони збираються впливати. Цифрова дипломатія США показує, наскільки широкий спектр методів може використовуватися на сьогоднішній день для досягнення цілей держави.

Досліджено проблеми публічної дипломатії США на сучасному етапі. Виявлено ряд недоліків існуючої системи.

Одна з ключових проблем американської публічної дипломатії – недостатнє фінансування, яке щорічно зменшується. Подібна динаміка негативно позначається на ефективності публічної дипломатії. Важливо також врахувати стрімкий технологічний розвиток, який призводить до подорожчання профільних програм, а також той факт, що цільова аудиторія американської публічної дипломатії постійно збільшується.

Наступна проблема - це недостатньо оптимізований розподіл ресурсів. Особливо це стосується ступеня відповідності фінансованих програм стратегічним зовнішньополітичним пріоритетам США. Проблема впливає безпосередньо з нестачі аналізу і моніторингу ефективності публічної дипломатії.

Іншою важливою проблемою в системі публічної дипломатії США є кадрове питання. В системі публічної дипломатії США як і раніше вакантні багато керівних посад: на ці позиції необхідні досвідчені експерти й талановиті кадрові дипломати. Інша суттєва проблема американської публічної дипломатії полягає в тому, що не відбувалося серйозної реструктуризації та реформ у системі протягом понад двадцять років.

Ще однією негативною тенденцією, що свідчить про кризу, в якій перебуває американська публічна дипломатія – це посилення оборонних тенденцій. Спостерігаються труднощі з формулюванням всеосяжної національної стратегії публічної дипломатії.

Стан системної кризи американської публічної дипломатії підтверджує і той факт, що в XXI столітті США не вдалося ні запобігти, ні оперативно нівелювати кілька досить серйозних спалахів антиамериканізму у світі, що відображають погіршення іміджу США в очах іноземної громадськості.

Визначено заходи, що приймаються державою для реформування публічної дипломатії з метою подальшого подолання проблем. Зроблено висновок, що комплексне реформування публічної дипломатії США неможливе без реструктуризації існуючих інститутів. Ця необхідність також підкреслюється в доповідях Консультативної комісії США з публічної дипломатії як умова для реалізації потенціалу американської публічної дипломатії.

Зміни, що торкнулися Агентства США з глобальних медіа, стали першою фазою глобального трансформаційного процесу і мали скоріше підготовчий характер. Якщо президентська адміністрація Дж. Байдена буде послідовна в даному питанні, велика ймовірність того, що трансформаційні процеси поступово поширяться і на інші напрямки публічної дипломатії США, крім закордонного мовлення, що покладе край проблемам публічної дипломатії.

Важно однозначно прогнозувати результати цих змін, оскільки на проведення перетворень необхідно багато часу. Адже до остаточної консолідації всіх функцій публічної дипломатії в складі Інформаційного агентства США пройшло понад два десятиліття. Таким чином, успішність комплексної реформи залежить як від Дж. Байдена, так і від його наступників, яким необхідно враховувати вплив різних зовнішньо- і внутрішньополітичних чинників (як передбачуваних, так і непередбачуваних).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

Джерела

1. В США идет реорганизация органов нововещания // Служба новостей «Голоса Америки». URL: <https://www.golos-ameriki.ru/a/cn-bbg-restructuring/3636079.html> (дата обращения: 12.10.2021)
2. 2018 Comprehensive Annual Report on Public Diplomacy & International Broadcasting. United States Advisory Commission on Public Diplomacy, December 2018. URL: <https://www.state.gov/documents/organization/287683.pdf> (last accessed: 14.09.2021).
3. About Us — Bureau of Global Public Affairs. URL: <https://www.state.gov/about-us-bureau-of-global-public-affairs> (last accessed: 15.09.2021).
4. Bjola C. Digital Diplomacy: From Tactics To Strategy. – URL: https://www.washingtonpost.com/politics/advancing-us-foreign-policy-through-ediplomacy/2012/07/01/gJQAdOedGW_story.html?noredirect=on&utm_term=.234bc0d687df (last accessed: 15.09.2021).
5. Brook T. V. Pentagon Drops ‘Strategic Communication’. *USA Today*. 03.12.2012. URL: <https://www.usatoday.com/story/news/nation/2012/12/03/pentagon-trims-strategiccommunication/1743485/> (last accessed: 28.09.2021).
6. Bureau of educational and cultural affairs, the U.S. Department of State. Exchange programs. URL: <https://exchanges.state.gov/non-us/program/english-access-microscholarship-program> (last accessed: 04.10.2021).
7. Bureau of educational and cultural affairs, the U.S. Department of State. MOOC camp. URL: <https://eca.state.gov/programs-initiatives/mooc-camp> (last accessed: 13.09.2021)
8. Cary P. The Pentagon and Independent Media—an Update. Center for International Media Assistance. National Endowment for Democracy. 2015.

- URL: <https://www.cima.ned.org/wpcontent/uploads/2015/11/CIMA-The-Pentagon-and-Independent-Media-Update.pdf> (last accessed: 08.10.2021).
9. Changing Minds, Winning Peace: A New Strategic Direction for U.S. Public Diplomacy in the Arab and Muslim World. Report of the Advisory Group on Public Diplomacy for the Arab and Muslim World. URL: <http://www.state.gov/documents/organization/24882.pdf> (last accessed: 23.08.2021)
 10. Community Participation and Regional Advocacy Project in the Russian Far East. Final Report, 2010. U.S. Agency for International Development. URL: www.usaid.gov (last accessed: 24.10.2021).
 11. Comprehensive annual report on public diplomacy and international broadcasting. US Advisory Commission on Public Diplomacy. 2019. URL: <https://www.state.gov/2019-comprehensive-annual-report-on-public-diplomacy-and-international-broadcasting/> (last accessed: 13.10.2021)
 12. Comprehensive annual report on public diplomacy and international broadcasting. US Advisory Commission on Public Diplomacy. 2020. URL: <https://www.state.gov/2020-comprehensive-annual-re...> (last accessed: 13.10.2021)
 13. Comprehensive Oversight Plan Afghanistan–Pakistan. Fourth Quarter Fiscal Year 2009 Through Fiscal Year 2010 USAID, August 2009. U.S. Agency of International Development. URL: www.usaid.gov (last accessed: 06.10.2021).
 14. Congress of the United States URL: <https://www.britannica.com/topic/Congress-of-the-United-States> (last accessed: 14.11.2021)
 15. Democratic Values through Civic Education Program — Russia, The Civitas Foundation, 2005. U.S. Agency for International Development. URL: www.usaid.gov (last accessed: 10.10.2021).
 16. Education USA. URL: <https://educationusa.state.gov/> (last accessed: 06.10.2021).

17. Margaret P. Karns. 2017. URL:
<https://www.britannica.com/topic/nongovernmental-organization> (last accessed: 14.11.2021)
18. National framework for strategic communication. White House. 2010. Available at: <https://www.hsdl.org/?abstract&did=27301> (last accessed: 10.10.2021)
19. Obama Signs New Law Restructuring U.S. International Media. Radio Free Europe/Radio Liberty. 2016. URL: <https://www.rferl.org/a/obama-signs-law-restructuring-us-international-media-vogarferl-board-governors/28194511.html> (last accessed: 04.10.2021).
20. Office of the Spokesperson. URL: <https://www.state.gov/bureaus-offices/under-secretary-for-public-diplomacy-and-public-affairs/bureau-of-global-public-affairs/office-of-the-spokesperson> (last accessed: 17.09.2021).
21. President Woodrow Wilson's 14 Points, 1918. URL: <http://www.ourdocuments.gov/docjargejimage.php> (last accessed: 06.10.2021).
22. Stengel Richard. A Message to the Public Diplomacy Community. URL: <https://www.state.gov/r/remarks/221768.htm> (дата звернення: 11.10.2021).
23. The Bureau of Educational and Cultural Affairs. URL: <https://eca.state.gov/about-bureau> (last accessed: 12.09.2021).
24. The Foreign Affairs Manual (FAM). URL: <https://www.state.gov/m/a/dir/regs/fam> (last accessed: 12.09.2021).
25. The national for democracy. URL: <https://www.ned.org/region/central-and-eastern-europe/ukraine-2018/> (last accessed 14.11.2021)
26. The Office of International Information Programs. Public Diplomacy Worldwide. U.S. Dept of State. URL: <https://2001-2009.state.gov/r/iip/> (last accessed: 06.10.2021).
27. The Soft Power 30. URL: <https://softpower30.com/> (last accessed: 02.09.2021).
28. Together in trauma: Europeans and the world after covid-19. European Council on Foreign Affairs. 29.06.2020. URL:

- https://www.ecfr.eu/publications/summary/together_in_trauma_europeans_and_the_world_after_covid_19 (last accessed: 02.10.2021)
29. Under Secretary for Public Diplomacy and Public Affairs. URL: <https://www.state.gov/bureaus-offices/under-secretary-for-public-diplomacy-and-public-affairs> (last accessed: 19.09.2019).
30. United States Informational and Educational Exchange Act of 1948. URL : <https://www.state.gov/documents/organization/177574.pdf> (last accessed: 06.10.2021).
31. Update on National framework for strategic communication. White House. 2012. Available at: <https://www.hsdl.org/?view&did=704809> (last accessed: 10.10.2021)
32. US Office of the Under Secretary of State for Public Diplomacy and Public Affairs: Strengthening U.S. Engagement with the World / A strategic approach for the 21st century
33. U.S. National Strategy for Public Diplomacy and Strategic Communication. Strategic Communication and Public Diplomacy Policy Coordinating Committee (PCC). 2007. Available at: <https://2001-2009.state.gov/documents/organization/87427.pdf> (last accessed: 10.10.2021).

Література

34. Антюхова Е.А. Цифровая дипломатия США как сегмент публичной дипломатии НАТО. *Вестник БГУ*. 2016. №3 (29). С. 11-14
35. Артамонова У. З. Реформа иновещания на фоне системного кризиса американской публичной дипломатии. *Россия и Америка в XXI веке*. 2020. № 4. С. 25-38
36. Балабанов К., Трофименко М. «Публічна дипломатія» як відповідь на виклики сучасності. *Україна дипломатична*. 2013. № 14. С. 989-1021.
37. Баталов Э. Я. Мировое развитие и мировой порядок. Политическая энциклопедия. 2010. 376 с.

38. Богатуров, А.Д. Очерки теории и прикладного анализа международных отношений. Москва, 2002. 53 с.
39. Бусаева Г. Цифровая дипломатия США как инструмент «умной силы». *Концепт*. 2019. №4. С.1-7
40. Великая А.А. Публичная дипломатия США в трансформирующемся мировом порядке. *Международная жизнь*. 2017. № 5. С. 169–187.
41. Гавриленко І.І. Геополітичний вимір публічної дипломатії США. *Міжнародні відносини*. Серія «Політичні науки». 2014. № 3. С. 21-27
42. Гуцал С. А. Публічна дипломатія та стратегічні комунікації: концептуальні засади їх взаємозв'язку та взаємодії. *International relations. Political sciences*. 2016
43. Дністрянський М. Зовнішня геополітика великих держав: порівняльний аналіз інтересів, векторів та конкретних результатів. *Вісник Львівського університету*. Серія : Географічна. 2013. №. 42. С. 112-120.
44. Долинский А. Дискурс о публичной дипломатии. *Международные процессы*. 2011. Т. 9. № 1. С. 64.
45. Дубов Д. В. Публічна дипломатія США в добу Холодної війни. Як США завойовували «серця і розум людей» (у дзеркалі розсекречених документів ЦРУ) : аналіт. доп. Київ : НІСД, 2020. 164 с.
46. Журихин Э. А. «Филантропические» фонды США в системе власти монополий. Москва. 1978. С. 169.
47. Зиновьева Е. С. Цифровая дипломатия США: возможности и угрозы для международной безопасности. *Индекс безопасности*. 2013. № 1 (104). С. 213–228.
48. Кубышкин А. И., Цветкова Н. А. Публичная дипломатия США: учебное пособие для вузов. Москва: Аспект Пресс, 2013. 271 с.
49. Лукин А. В. Публичная дипломатия: государственная пропаганда или гражданская инициатива. *Дипломатический ежегодник*. 2012. С. 57–83.
50. Манжулина О. А. Публичная дипломатия США: автореферат дис ... канд. полит. н. СПб, 2005. 18 с.

- 51.Матвійчук Н. В., Макарчук Б. Р. Діджиталізація публічної дипломатії
Сполучених Штатів Америки за президентства Дональда Трампа.
*Політичне життя. Політичні проблеми міжнародних систем та
глобального розвитку*. 2021. № 2. С. 130-134
- 52.Павленок П. Д., Куканова Е. В. Основы социологии и политологии:
учебное пособие Москва: ИНФРА-М. 2007, с. 272.
53. Павлова Т. С., Шамраєва В. М. Інструменти публічної дипломатії США.
Політикус. 2017. №6. С. 142-146
- 54.Печатнов В. О., Манькин А. С., История внешней политики США. 2016.
678 с.
55. Руднєва В. Публічна дипломатія: теоретичні основи застосування нової
інформаційно-комунікаційної технології в державному управлінні. *Вісник
Національної академії державного управління при Президентові України*.
2012. № 1. С. 147-153.
- 56.Русанова М. Класична геополітика як наука, що сприяє створенню
імперій: критичний зсув у дослідницький парадигмі геополітики. *Гілея*.
2013. № 74. С. 400–402.
- 57.Сафонов А. Публичная дипломатия США. *Международная жизнь*. 2006.
№ 5. С.12-17.
- 58.Сеидов В. Г. От традиционной дипломатии к публичной дипломатии.
2002, 230 с.
- 59.Слісаренко І. Теорія і практика «м'якої сили» у міжнародних відносинах.
Освіта регіону. 2008. № 1-2. С. 102-108.
- 60.Сполучені Штати Америки у сучасному світі: політика, економіка, право,
суспільство. Ч. 2: зб. матеріалів II міжнародної науково-практичної
конференції (м. Львів, 15.05.2015) / упоряд. Калитчак Р. Г., Зазуляк З.
М.Львів : Центр американських студій ФМВ ЛНУ ім. І. Франка, 2015. 832
с.
- 61.Сухорильський П.М., Місюк І.Ю. Поняття та сутність громадської
дипломатії. *Політологія*. 2011. № 1 (75). С. 178-180.

62. Тищенко-Тишковець О. М. Трансформація публічної дипломатії Сполучених Штатів Америки: від легітимізації «жорсткої сили» до побудови діалогу зі світом. *Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. Політологія. Соціологія. Право. Київ : ІВЦ «Політехніка». 2009. № 4. С. 28–32.
63. Торкунов А.В. Современные международные отношения. Москва: РОССПЭН, 2001. 584 с.
64. Трофименко М. В. Програми обмінів в контексті реалізації публічної дипломатії. *Вісник Маріупольського державного університету*. Історія. Політологія. Маріуполь, 2017. № 20. С. 315–322.
65. Українська дипломатична енциклопедія : у 2 т. / [редкол. : Л. В. Губерський (голова) та ін.]. Київ : Знання України, 2004. Т. 1. 760 с.
66. Филимонов Г. Ю. Культурно-информационные механизмы внешней политики США. Истоки и новая реальность, 2012. 408 с.
67. Черненко Т. В. Сучасний вимір публічної дипломатії в системі стратегічних комунікацій. *Стратегічні пріоритети*. 2016. № 4 (41). С. 64–71.
68. Цветкова Н. А. Публичная дипломатия как инструмент идеологической и политической экспансии США в мире, 1914-2014 гг.: автореф. дисс. ... д. ист. н. СПб., 2015. 51 с.
69. Цветкова Н. А. Феномен цифровой дипломатии в международных отношениях и методология его изучения. *Вестник Российского государственного гуманитарного университета*. Политология. История. Международные отношения. 2020. № 2. С. 37-47.
70. Циватий В. Публічна дипломатія: традиції, тренди та виклики (досвід і пріоритети для України). *Зовнішні справи*. 2014. С. 1-7
71. Шолудько А. К, Архангельский А.З. США: экономика, наука и культура во внешней политике. Москва: Уникум-Центр, 2000. С. 3
72. Blinken A. Winning the War of Ideas. *The Washington Quarterly*. 2002. Vol. 25. № 2. P. 102.

73. Blumenthal P. The Largest Protest Ever Was 15 Years Ago. The Iraq War Isn't Over. What Happened?. *The Huffington Post*. 2018. P. 12.
74. Cohen B.C. The press and foreign policy. California: Princeton University, 1963
75. Cornish P. Strategic Communications and National Strategy. *A Chatham House Report*. 2011. P. 6
76. Cull N. Public Diplomacy Before Gullion: The Evolution of a Phrase. *USC Center on Public Diplomacy*. 2006. URL: http://uscpublicdiplomacy.org/blog/060418_public_diplomacy_before_gullion_the_evolution_of_a_phrase (last accessed: 26.08.2021).
77. Fisher G.H. Public Diplomacy and the Behavioral Sciences. Bloomington, 1972. P. 4
78. Haass R. America Can Take a Breather. And It Should / *New York Times*. 2013.
79. Haigh A. Cultural Diplomacy in Europe. Strasbourg: Council of Europe, 1974. 251 p.
80. Kennon H. U.S. Public Diplomacy: Background and Current Issues. Matthew, 2009. 70 c.
81. Kroenig M., Ashford E. Will U.S. Protests and Crackdowns Damage America's Global Image? *Foreign Policy*. 12.06.2020. URL: <https://foreignpolicy.com/2020/06/12/will-us-black-lives-mattergeorge-floyd-protests-and-crackdowns-damage-americas-global-image/> (last accessed: 12.10.2021)
82. Modelski G., Devezas T., Thompson W.R. (eds). Globalization as Evolutionary Process. Modeling Global Change. London and New York: Routledge. December 2007.
83. Nakamura K. U.S. public diplomacy: Background and current issues. URL: https://www.everycrsreport.com/files/20091218_RL40989_8bcc8e70bd9054330fff89f1a844d65c412f35ef.pdf (last accessed: 06.10.2021).

84. Nicholas S., *Public Diplomacy before Gullion: The Evolution of a Phrase*, 2009. P. 20
85. Nye J. S., Jr. *Public Diplomacy and Soft Power. The Annals of the American Academy of Political and Social Science*. 2008. № 616. P. 94-109.
86. Nye J.S. *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. N.Y.: Public Affairs, 2005. 63 p.
87. Spykman N. *America's Strategy in World Politics – The United States and the Balance of Power*. N.Y. : Transaction Publishers, 1942. 500 p.
88. Tenscher, Jens (Hg.) *Politische Kommunikation in internationalen Beziehungen: монографія*. Berlin: Lit, 2007. 233 p.
89. Thayer R.H. *Cultural diplomacy: Seeing is believing. Vital Speeches of the Day*. 1959. Vol. 25. P. 740–744.
90. *What is Public Diplomacy? The Edward R. Murrow Center of Public Diplomacy. The Fletcher School. Tufts University*. URL: <http://fletcher.tufts.edu/murrow/diplomacy> (last accessed: 11.09.2021)
91. Waterbury John. *Hate Your Policies, Love Your Institutions. Foreign Affairs*. January/February 2003 Issue; American University website // URL: <http://www.american.edu> (last accessed: 15.10.2021).
92. Wike R. et al. *Trump's International Ratings Remain Low, Especially Among Key Allies. Pew Research Center*. 2018. URL: <http://www.pewglobal.org/2018/10/01/trumps-international-ratingsremain-low-especially-among-key-allies/> (last accessed: 25.09.2021).
93. Zaharna R. S. *Mapping Out a Spectrum of Public Diplomacy Initiatives: Information and Relational Communication Frameworks. Routledge Handbook of Public Diplomacy*. N. Y.: Routledge, 2009. P. 86-100.