

ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ГРОМАДСЬКОЇ ДИПЛОМАТІЇ НАТО НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

FEATURES OF NATO'S PUBLIC DIPLOMACY AT PRESENT DAY

Климчук І.І.,

*кандидат політичних наук,
старший викладач кафедри політології та міжнародних відносин
Національного університету «Львівська політехніка»*

Лукачук О.В.,

*кандидат історичних наук,
доцент кафедри політології та міжнародних відносин
Національного університету «Львівська політехніка»*

У статті розкрито особливості організаційної структури Альянсу у сфері громадської дипломатії, що охоплюють спеціалізовані відділення: Комітет громадської дипломатії, Прес-служба НАТО, Мультимедійний портал НАТО, Гранти на спів-спонсорство, Центр інформації та документації НАТО, Київ, Україна, Контактні пункти НАТО (Посольства в країнах-партнерах). Встановлено, що дана структура має вигляд розгалуженої системи загальних та спеціальних органів й установ, побудованих на основі централізованої системи управління. Висвітлено особливості функціонування інструментів громадської дипломатії НАТО на сучасному етапі. Зокрема, встановлено, що Альянс активно використовує Інтернет-ЗМІ, соціальні медіа-платформи для залучення громадськості, застосовуючи у такий спосіб багатогранний і комплексний підхід до спілкування та взаємодії з широкими аудиторіями. Втім, з'ясовано, що платформи соціальних мереж НАТО не використовуються ефективно та на повну потужність, для того щоб забезпечувати одночасну соціальну взаємодію між користувачами. Також авторами встановлено, що НАТО майже повністю ігнорує радіомовлення, яке продовжує бути важливим комунікаційним інструментом зі своєю цільовою аудиторією. Досліджено роль комунікаційних механізмів у сфері громадської дипломатії Організації Північноатлантичного Альянсу. З'ясовано, що загальна мета комунікаційної діяльності НАТО полягає в тому, щоб сприяти діалогу та взаєморозумінню, одночасно сприяючи обізнаності громадськості з питань безпеки та її залученню до безперервних процесів з обговорення питань безпеки. Водночас, у статті більш детально висвітлено програмні заходи, проекти, інформаційні кампанії з громадської дипломатії НАТО протягом 2015-2022 рр. Підкреслено потребу у більш чутливих і ефективних засобах спілкування з громадськістю та підвищення обізнаності, зокрема серед молодих людей щодо цінностей та ролі НАТО у все більш глобалізованому світі.

Експерти очікують, що головна мета громадської дипломатії НАТО буде спрямована на громадську думку країн за межами НАТО. Оскільки наразі зусилля громадської дипломатії Альянсу здебільшого зосереджені на громадській думці лише держав-членів. На думку авторів, важливо подолати політичні та бюрократичні бар'єри для побудови спільної та цілісної платформи з громадської дипломатії в рамках Альянсу. Встановлено, що НАТО виявилось важко сформулювати інституційну стратегію громадської дипломатії через пріоритетність індивідуальних інтересів у країнах-членах, таким чином, підхід, заснований на співпраці та діалозі, відіграватиме вирішальну роль у розвитку бачення та цілей НАТО на сучасному етапі.

Ключові слова: громадська дипломатія НАТО, організаційна структура, інструменти громадської дипломатії, комунікаційні механізми, програмні заходи, проекти, інформаційні кампанії з громадської дипломатії.

Public diplomacy of international organizations is a relatively new phenomenon. Not all of them aim to communicate with foreign audiences (in particular, in states that are not members of the organizations). Whether the communication of an international organization with the citizens of member states should be classified as public diplomacy is a rather debatable issue. Therefore, it is necessary to focus primarily on organizations that actively and consistently try to establish contact with the public outside the borders of the member states, creating special organizational structures for this purpose – primarily NATO. Among the international organizations active in the field of public diplomacy, it is the North Atlantic Treaty Organization (NATO) that makes a lot of effort to establish communication with foreign audiences and has already accumulated considerable experience, and its public diplomacy has acquired distinctive specific features in recent years. NATO is one of the largest international organizations, which is aware of modern challenges and tries to form the image of the organization as a guarantor of security and an effective platform for combining the efforts of states in the fight against terrorism, proliferation of weapons of mass destruction, threats to energy security, merchant shipping, etc. This organization demonstrates its own successful approaches to using public diplomacy tools.

In this article, we will focus on the study of the organizational structure of the Alliance in the field of public diplomacy, in particular, the highlighted features of the functioning of NATO's public diplomacy tools, the analysis of communication mechanisms, as well as program activities, projects, and information campaigns in the specified field.

We came to the conclusions, that NATO managed to create a modern and coherent mechanism for the implementation of public diplomacy, which helps the organization to achieve its own goals, and is also interesting in view of the current research on the trends of transformation and implementation of public diplomacy practices in modern international relations. Today, NATO can implement a social media network strategy that consists of informing the public about its missions, officials and institutions. In addition, social media networking campaigns can focus on NATO's core activities, its multilateral diplomatic initiatives, and its response to growing international security challenges. The content of such campaigns

can be carried out through a network of tweets to reach the target audience. The implementation of this strategy will help to expand the global scale of the Alliance's communication through its own online network. However, currently NATO's public diplomacy efforts are mainly aimed at member states' public opinion. Therefore, it is important to overcome political and bureaucratic barriers to build a common and integrated public diplomacy platform within the Alliance. It has been found that NATO has found it difficult to formulate an institutional public diplomacy strategy due to the prioritization of individual interests in member states, thus an approach based on cooperation and dialogue will play a crucial role in developing NATO's vision and goals in this new era. In this sense, social networking platforms should be used more often and more effectively, as they provide simultaneous social interaction between users.

Key words: NATO's public diplomacy, organizational structure, public diplomacy tools, communication mechanisms, program activities, projects, public diplomacy information campaigns.

Постановка проблеми. Громадська дипломатія міжнародних організацій є відносно новим явищем. Далеко не всі вони ставлять за мету спілкування з іноземними аудиторіями (зокрема у державах, що не є членами організації). Чи відносити до громадської дипломатії спілкування міжнародної організації з громадянами держав-членів – доволі дискусійне питання. Тому варто передовсім зосередити увагу на організаціях, що активній послідовно намагаються налагодити зв'язок з громадськістю поза межами держав-членів, створивши для цього спеціальні організаційні структури – насамперед НАТО. З-поміж міжнародних організацій, активних у сфері реалізації громадської дипломатії, саме Організація Північноатлантичного договору (НАТО) докладає чимало зусиль задля налагодження комунікації із закордонними аудиторіями та вже накопичила неабиякий досвід, а її громадська дипломатія за останні роки набула виразних специфічних рис. НАТО є однією з найбільших міжнародних організацій, яка усвідомлює сучасні виклики та намагається сформувати образ організації як гаранта безпеки та ефективного майданчика для поєднання зусиль держав у боротьбі з тероризмом, розповсюдженням зброї масового знищення, загрозами енергетичній безпеці, торговельному мореплавству тощо. Дана організація демонструє власні успішні підходи до використання інструментарію громадської дипломатії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням ключових принципів і напрямів практичної роботи у сфері громадської дипломатії НАТО, її еволюцією, а також визначенням чинників, що впливають на цілі, завдання і пріоритети стратегічних комунікативних зусиль Альянсу займаються Н. Яковенко, Г. Піскорська, Л. Монастирська та О. Павлова. Проблематика стратегічних комунікацій, особливостей їх використання в умовах сучасної політичної дійсності представлена в наукових розвідках Л. Хорішко, М. Гребенюка, К. Галлахана, У. Ільницької, Д. Хольтцаузен, Б. Рулера, та інших.

Постановка завдання. У даній статті ми зосередимося на дослідженні організаційної структури Альянсу у сфері громадської дипломатії, зокрема, висвітлені особливостей функціонування інструментів громадської дипломатії НАТО, ана-

лізі комунікаційних механізмів, а також програмних заходів, проектів, інформаційних кампаній у зазначеній сфері.

Виклад основного матеріалу. У своїй взаємодії зі світом Організація Північноатлантичного альянсу використовує інструменти громадської дипломатії. Альянс був першою великою міжнародною організацією, яка створила окреме відділення з громадської дипломатії (2003 р.). За словами помічниці генсека НАТО з публічної дипломатії Байби Браже: «Усе, що ми робимо – це стратегічні комунікації. Ми здійснюємо класичну громадську дипломатію, тобто сприяємо міжнародним дебатам щодо безпеки та ролі НАТО в цьому. Співпрацюємо з аналітичними центрами, з університетами, з молодіжними групами. А також із такими країнами-партнерами, як Україна, щоб переконатися, що роль і цілі НАТО, а також співпраця, були добре зрозумілими. Громадська дипломатія потрібна, щоб наші суспільства у країнах Альянсу підтримували НАТО. Водночас ми також дбаємо про те, щоб інші країни світу розуміли, що таке НАТО» [1].

Отже, НАТО спілкується та розробляє програми у сфері громадської дипломатії, щоб сприяти підвищенню обізнаності та розумінню Альянсу з питань, пов'язаних з безпекою, і, в цілому, зміцнювати підтримку та довіру до себе. Оскільки НАТО є міжурядовою організацією, уряди окремих членів також відповідають за роз'яснення громадськості своєї національної політики оборони та безпеки, а також своєї ролі як членів Альянсу. НАТО сприяє громадським дебатам і розумінню Альянсу через пряму взаємодію, як цифрову, так і особисту, одночасно координуючи роботу з членами НАТО на постійній основі.

Станом на сьогодні організаційна структура НАТО виглядає наступним чином: Комітет громадської дипломатії, Прес-служба НАТО, Мультимедійний портал НАТО, Гранти на співспонсорство, Центр інформації та документації НАТО, Київ, Україна, Інформаційний офіс НАТО в Москві (зачинений), Контактні пункти НАТО Посольства в країнах-партнерах [5].

Комітет громадської дипломатії в штабквартирі НАТО гармонізує всю діяльність у сфері публічної дипломатії та координує в цілому комунікаційну діяльність у масштабах НАТО.

Прес-служба НАТО. Організація активно використовує пресу та медіа задля спілкування з Генеральним Секретарем та іншими лідерами. Регулярно проводиться робота з журналістами для того щоб підтримувати широку обізнаність про НАТО. Рідко коли генеральний секретар НАТО виїжджає за кордон, не давши серії інтерв'ю чи публічних виступів з місцевими партнерами. Прес-тури до штаб-квартири НАТО та на місії та навчання під егідою НАТО є нормою. Середня кількість офіційно акредитованих журналістів на саміти НАТО становить близько 1500 осіб. Платформи соціальних медіа обслуговують різну аудиторію з різним вмістом. Офіційна сторінка НАТО у Facebook має понад 1,3 мільйона підписників, а соціальна платформа Twitter прес-секретаря налічує майже 60 000 підписників. Відвідувачі щодня потрапляють до штаб-квартири НАТО на брифінги та зустрічі з офіційними особами організації [5].

Мультимедійний портал НАТО. Це додатковий інформаційний інструмент, який допомагає поширювати інформацію про новини, проекти, програми, зустрічі, виступи у вигляді відеороликів, презентацій та інтерв'ю.

Гранти на спів-спонсорство. Цей відділ активно займається просвітницькою та освітньою діяльністю, надаючи гранти неурядовим організаціям або аналітичним центрам, чи університетам. Існують також цільові гранти для підвищення стійкості проти дезінформації. Це скоріше експериментальний тип ініціатив – ігрові проекти, тренування для того, щоб журналісти знаходили нові підходи до протидії дезінформації. Відділ громадської дипломатії НАТО активно працює над зміцненням суспільного іміджу Альянсу, сприяючи розумінню, довірі та його підтримці. Це робиться шляхом співпраці через безперервний процес міжнародної безпекової дискусії та розробки політики, а також через різноманітні міжлюдські та цифрові програми в НАТО та країнах-партнерах. Тому НАТО може допомогти втілити будь-який тематичний проект у реальність, надаючи поради, фінансування та практичну допомогу.

Спільне спонсорство конференцій, семінарів, публічних заходів та інших відповідних заходів з громадської дипломатії, таких як цифрові, мультимедійні або онлайн-проекти, з питань миру та безпеки доступні у формі дискреційних грантів від Відділу громадської дипломатії НАТО. Зазвичай одержувачами цих грантів є неурядові організації (НУО), університети, аналітичні центри та інші відповідні організації громадянського суспільства.

Контактні пункти НАТО Посольства в країнах-партнерах. З початку 1990-х років НАТО розробила мережу контактних пунктів посольств (КПП) для підтримки партнерства Альянсу та

діяльності громадської дипломатії в країнах-учасниках Ради євроатлантичного партнерства (РЄАП), Партнерства заради миру (ПЗМ), Середземноморського діалогу (СД) та Стамбульської ініціативи співпраці (СІС). Після перегляду політики партнерства НАТО у квітні 2011 року мережу КПП також було розширено до інших партнерів по всьому світу.

КПП є цінним інструментом, який сприяє зусиллям НАТО з поширення інформації. У кожній країні діє посольство однієї з держав-членів НАТО, яке служить контактним пунктом і функціонує як канал для поширення інформації про роль і політику Альянсу.

КПП тісно співпрацюють із відділом громадської дипломатії НАТО, щоб надавати інформацію про цілі та діяльність Альянсу в країні перебування, а також підтримують Відділ з політичних справ і політики безпеки в рамках управління політикою РЄАП, ПЗМ, СД та СІС.

КПП не є дипломатичною місією НАТО в країні перебування; однак вони відіграють важливу роль у поширенні інформації про Альянс. Очільником КПП призначають ключові особи, які приймають рішення, формують громадську думку і координують публічну дипломатію в країні перебування, співпрацюючи з центральним відділом публічної дипломатії Альянсу. КПП також інформують осіб у приймаючій країні про те, як подати заявку на стипендію НАТО та взяти участь у наукових програмах.

КПП надають консультації щодо різноманітних проектних пропозицій, а також щодо низки питань, пов'язаних з НАТО у країні перебування, таких як політичні дискусії, дебати та занепокоєння чи зміни громадської думки. КПП також допомагають матеріально-технічною підтримкою, політичними порадами та брифінгами щодо відповідних подій у приймаючій країні під час підготовки до візитів до країни Генерального секретаря, Міжнародного секретаріату НАТО та сил НАТО. Вони також регулярно спілкуються з посольствами інших країн-членів НАТО в приймаючій країні, щоб інформувати про порядок денний НАТО та залучати їх до пов'язаних з НАТО заходів.

Країни-члени НАТО добровільно пропонують послуги своїх посольств у країнах-партнерах для виконання обов'язків КПП протягом двох років. Остаточне рішення щодо призначення КПП приймається консенсусом у Північноатлантичній раді – головному органі з прийняття політичних рішень в НАТО. Відділ громадської дипломатії НАТО координує мережу КПП і підтримує тісний зв'язок з кожним КПП [5].

Інші відповідальні органи та інститути з громадської дипломатії НАТО. Північноатлантична рада (НАС) і Генеральний секретар відповідають за загальне керівництво програмами кому-

нікації та громадської дипломатії як для цивільної, так і для військової сторін Альянсу.

Комітет заступників НАТО керує загальною стратегічною комунікацією від імені НАС. Комітети НАТО, які займаються конкретними питаннями, надають більш детальні вказівки, починаючи від морської стратегії НАТО і закінчуючи цивільними та військовими операціями.

Комітет громадської дипломатії (CPD) діє як дорадчий орган НАС з питань комунікації, ЗМІ та залучення громадськості. Він дає рекомендації НАС щодо того, як заохочувати громадське розуміння та підтримку Альянсу.

У штаб-квартирі НАТО працівники відділу громадської дипломатії також керують програмами з комунікації, тісно співпрацюючи з Міжнародним секретаріатом, Міжнародним військовим секретаріатом і, зокрема, з радником зі зв'язків з громадськістю та стратегічних комунікацій головою Військового комітету (МС). Комітет громадської дипломатії також співпрацює зі співробітниками двох стратегічних командувань – Командування ОЗС НАТО з операцій (АСО) і Командування ОЗС НАТО з питань трансформації (АСТ), які спілкуються щодо операцій, навчань та інших видів діяльності, що належать до їх компетенції. Взаємодія між цивільною та військовою сторонами Альянсу є ключовою для забезпечення узгодженого та послідовного підходу до зв'язку в масштабах НАТО.

У сучасних умовах, окрім НАТО, питаннями громадської дипломатії займається низка національних і міжнародних органів: посольства країн НАТО і РЄАП, національні парламенти та Північноатлантична асамблея, національні Атлантичні ради, комітети або Атлантичні асоціації, інститути та фонди, Відділи інформування громадськості у штабах ОВС НАТО, освітні та навчальні установи Альянсу і національного підпорядкування, а також Асоціація атлантичного договору, міжспівкова Конфедерація офіцерів запасу. Значно зріс потенціал органів громадської дипломатії НАТО у галузі зв'язку та інформації, орієнтований на три основні напрямки: преса та ЗМІ, міжнародні відносини, поширення інформації в електронній і друкованій формі. Було створено телеканал «NATO-TV», потужний інформаційний сайт штаб-квартири та інформаційні сайти локальних інформаційних бюро й офісів альянсу в країнах РЄАП.

Загальна мета комунікаційної діяльності НАТО полягає в тому, щоб сприяти діалогу та взаєморозумінню, одночасно сприяючи обізнаності громадськості з питань безпеки та залученню громадськості до безперервного процесу обговорення питань безпеки.

Для цього НАТО співпрацює зі ЗМІ, розробляє комунікаційні програми та програми з громад-

ської дипломатії для окремих груп, включаючи лідерів громадської думки, академічні та парламентські групи, молодіжні та освітні кола. Організація прагне охопити аудиторію в усьому світі за допомогою різноманітних платформ і діяльності в соціальних мережах. Альянс також розповсюджує матеріали та реалізує програми та заходи із зовнішніми партнерами, водночас підтримуючи Генерального секретаря НАТО в його ролі головного речника Альянсу.

Прагнення до інформування та взаємодії з громадськістю підкріплюється знанням про те, що НАТО підвітна урядам своїх членів та їхнім платникам податків, які фінансують Організацію. Таким чином, і в дусі прозорості, він пояснює свою політику, діяльність і функції.

Окрім традиційних засобів масової інформації, спрямованих на підвищення рівня обізнаності та підтримки цілей і місій НАТО, сьогодні Альянс активно використовує Інтернет-ЗМІ, соціальні медіа-платформи для залучення громадськості. Тобто, Альянс використовує багатогранний і комплексний підхід до спілкування та взаємодії з широкими аудиторіями. Нещодавно діє програма «НАТО по-руськи». Вона для тих, хто читає лише російською і прагне зрозуміти більше фактів про НАТО. Після нападу росії на Україну в 2014 р. багато контенту поширюється українською мовою [5].

З часом програми з громадської дипломатії та комунікативна політика Альянсу адаптувалися до змін у політичному середовищі та середовищі безпеки, а також до технічних інновацій, які безпосередньо впливають на комунікаційну роботу. Комунікаційні послуги, які надає НАТО сьогодні, значно реформувалися та реструктуризувалися, щоб адаптуватися до різних потреб інформаційного середовища, що постійно змінюється, а також до потреб середовища безпеки.

Тому безумовно дуже важливим є образ організації у мережі Інтернет: веб-сайти, соцмережі, трансляції. Уся робота Альянсу відповідає основним цілям і завданням, які ставить перед собою НАТО: колективна оборона; управління кризами; підтримка партнерів, безпекова співпраця, щоб забезпечити зміцнення нашої спільної безпеки.

У цьому аспекті інвестиції в потужні цифрові комунікації – найкраще обладнання, технології, людей – мають вирішальне значення. Вищезгадані зусилля допомогли вийти на новий етап у цифрових комунікаціях. Зокрема, в середині НАТО збройні сили країн-членів під час пандемії COVID-19 дійсно допомагали медикам, урядам і країнам. Через комунікаційні канали громадської дипломатії розповідалися історії про те, як збройні сили допомагали протистояти цій жахливій хворобі, надаючи необхідне військово-матеріально-технічне забезпечення: будівництво військових

госпіталів, транспортування військовими літаками пацієнтів. При цьому, союзники допомагали один одному і своїм партнерам. У результаті серед громадськості сформувалася досить висока оцінка щодо ролі і довіри до військових НАТО. Люди дізналися історії про героїзм військових, лікарів та населення.

У 2015 р. Північноатлантичний блок поширює використання громадської дипломатії на весь простір «кризової дуги», протяжність якої альянс визначає від зони Сахель (між Сахарою та Суданом) до Центральної Азії. Це вимагає від союзників блоку збереження і вдосконалення всього спектру можливостей громадської дипломатії, в діяльності якої основна увага приділяється підтримці планів розвитку натівського компонента ЄвроПРО, вдосконалення можливостей Сил першочергового використання, проведення великомасштабних навчань. В умовах фінансово-економічної кризи посилюється вплив на союзників з метою підтримки на необхідному рівні витрат на військові цілі. Комплекс проведених заходів знаменував своєрідну зміну стратегії громадської дипломатії від інформаційних задач висвітлення залученості в конфлікт НАТО до готовності НАТО реалізувати програми («transition from a deployed NATO to a prepared NATO») [6].

Також, у 2020 році НАТО допомогло запобігти переростанню кризи охорони здоров'я в кризу безпеки. Слід зазначити, що масовий перехід до онлайн-інструментів дозволив організації у цифровому форматі розповісти історію становлення НАТО, стійкості та постійної готовності реагувати на всі загрози сучасності. В результаті проведених заходів, Альянс все ще користується впізнаваним брендом. Як показують міжнародні та національні опитування, НАТО широко асоціюється з безпекою та обороною і сприймається як трансатлантичний постачальник миру та безпеки. Отже, сприйняття Альянсу серед його громадян-членів є позитивним, і на нашу думку, така динаміка буде продовжуватись у найближчі роки [3].

Варто підкреслити, що до 2020 року зв'язок НАТО з цифровим світом зводиться здебільшого до його веб-сайту, включаючи також і веб-телеканал НАТО. Приміром, веб-сайт містить відео, подкасти, фотографії, аудіовізуальні файли, віртуальну виставку, електронний книжковий магазин та багато іншої цікавої інформації.

Але не можна не відзначити кардинальну трансформацію комунікативної сфери Альянсу, спричинену пандемією COVID-19. Слід зауважити, що у 2020 році вся громадсько-дипломатична діяльність, тобто виступи, саміти, інформаційні кампанії та семінари проходили в онлайн режимі. Це говорить про те, що представники НАТО не розгубилися і швидко реформували свою цифрову діяльність, підлаштовуючись під критичну ситуа-

цію у світі. Нова громадянська модель взаємодії допомогла налагодити глибший контакт із нетрадиційною аудиторією Альянсу, залучаючи молоде покоління підлітків та жінок. Така модернізована комунікація зводилася до найактуальніших проблем у світі: зміни кліматичної ситуації, кібербезпеки та гібридних війн. Організація також провела інформаційну кампанію #WeAreNATO, яка стала найуспішнішою з охоплення аудиторії за всю історію існування НАТО і гідно представила демократичні цінності Альянсу та важливість євроатлантичної єдності.

Платформи соціальних мереж активно висвітлювали інформаційну політику НАТО через збільшення дезінформації з приводу COVID-19. Варто зазначити, що у 2020 році також стався найбільший приріст аудиторії у цифровому просторі, а саме у LinkedIn – на 34%, Instagram – на 26%, YouTube – на 23% та Twitter – на 14% [3]. Але також є куди вдосконалюватись при використанні деяких більш традиційних каналів зв'язку. Як не дивно, але НАТО майже повністю ігнорує радіомовлення, зокрема багато регіональних радіоканалів у країнах-членах, і, таким чином, мільйони людей, які слухають радіопередачі в години пік. Проте, радіо все ще продовжує бути важливим комунікаційним інструментом, і має свою цільову аудиторію у кожній з країн-членів Альянсу. Наприклад, зі статистичних даних 2020 року, радіо слухають більш ніж 83% опитаних у США, у Великобританії цей показник сягає 90% [4]. Також, на нашу думку, офіційне обличчя НАТО має стати більш диверсифікованим, ніж представлення чоловіків – високоставлених дипломатів або військових чиновників, щоб залучити більшу громадськість. Отже, набір комунікаційних інструментів 21 століття пропонує Альянсу безліч можливостей інформувати суспільство відстоювати свою політику та встановлювати інтерактивні стосунки з глобальною аудиторією.

Крім того, 8 червня 2019 року Генеральний секретар НАТО Єнс Столтенберг започаткувала ініціативу «НАТО 2030», яка була проголошена на Лондонському саміті НАТО в грудні 2019 року. Мета цієї ініціативи – зробити Альянс і його країни-члени більш готовими до нових безпекових загроз і викликів. За словами Є. Столтенберга: «Більш політичне використання НАТО також означає використання більш широкого спектру інструментів, таких як військові та невійськові, економічні та дипломатичні...» [2]. Отже, адаптація та зміни є невід'ємною частиною ініціативи НАТО 2030 щодо зміцнення Альянсу на майбутнє.

Висновки. Отже, НАТО вдалося створити сучасний та злагоджений механізм провадження громадської дипломатії, який допомагає організації досягати власних цілей, а також є цікавим з огляду на актуальні дослідження тенденцій

трансформації та практик реалізації громадської дипломатії в сучасних міжнародних відносинах. Сьогодні НАТО може реалізувати мережеву стратегію соціальних медіа, яка полягає в інформуванні громадськості про свої місії, посадових осіб та установи. Крім того, мережеві кампанії в соціальних мережах можуть бути зосереджені на основній діяльності НАТО, її багатосторонніх дипломатичних ініціативах та її відповіді на зростаючі проблеми міжнародної безпеки. Зміст таких кампаній може бути через мережу твітів, щоб охопити цільову аудиторію. Реалізація даної стратегії допоможе розширити глобальний масштаб комунікації Альянсу через власну онлайн-мережу.

Одним із найважливіших завдань у цю цифрову епоху є включення досліджень громадської думки у громадську дипломатію. Очевидно, що НАТО потребує часу та ресурсів для розширення своїх комунікаційних засобів і стратегії громадської дипломатії. Аналізуючи зусилля НАТО у сфері громадської дипломатії та процес інституціоналі-

зації, слід враховувати, що Альянс є міжурядовою організацією, заснованою суверенними державами. З точки зору визначень громадської дипломатії, зроблених досі, очікується, що головна мета громадської дипломатії НАТО буде спрямована на громадську думку країн за межами НАТО. Однак наразі зусилля громадської дипломатії НАТО в основному спрямовані на громадську думку держав-членів. Тому важливо подолати політичні та бюрократичні бар'єри для побудови спільної та цілісної платформи з громадської дипломатії в рамках Альянсу. Встановлено, що НАТО виявилось важко сформулювати інституційну стратегію громадської дипломатії через пріоритетність індивідуальних інтересів у країнах-членах, таким чином, підхід, заснований на співпраці та діалозі, відіграватиме вирішальну роль у розвитку бачення та цілей НАТО в цю нову еру. У цьому сенсі платформи соціальних мереж слід використовувати частіше та ефективніше, оскільки вони забезпечують одночасну соціальну взаємодію між користувачами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Байба Браже Як працює публічна дипломатія НАТО. АРМІЯІNFORM. 16/10/2022. URL: <https://armyinform.com.ua/2022/10/16/bajba-brazhe-yak-praczuuye-publichna-dyplomatiya-nato/> (дата звернення 10.02.2023).
2. НАТО-2030: ОСНОВА ДІЯЛЬНОСТІ АЛЬЯНСУ – БЕЗПЕКА ЛЮДИНИ. ЦЕНТР ВІЙСЬКОВОЇ ПОЛІТИКИ ТА ПОЛІТИКИ БЕЗПЕКИ. 2021. URL: [HTTP://WWW.DEFPOL.ORG.UA/INDEX.PHP/ALEIA-HEROIV/773-NATO-2030-OSNOVA-DIIALNOSTI-ALIANSU-BEZPEKA-LIUDYNY](http://www.defpol.org.ua/index.php/ALEIA-HEROIV/773-NATO-2030-OSNOVA-DIIALNOSTI-ALIANSU-BEZPEKA-LIUDYNY) (дата звернення 13.02.2023).
3. Annual NATO Report 2020. NATO official website. 2021. URL: https://www.nato.int/nato_static_f12014/assets/pdf/2021/3/pdf/sgar20-en.pdf (дата звернення 20.02.2023).
4. Aronhime L., Cocron A. NATO's Innovation Challenge. NATO Review. 2021. URL: <https://www.nato.int/docu/review/articles/2021/07/19/natosinnovation-challenge/index.html> (дата звернення 21.02.2023).
5. NATO's Public Diplomacy Division. NATO official website. 2023. URL: <https://www.nato.int/cps/en/natohq/structure.htm>
6. N. J. Cull "Public Diplomacy Before Gullion": The Evolution of a Phrase. USC Centre on Public Diplomacy. 18/03/2006. URL: <https://www.uscpublicdiplomacy.org/blog/public-diplomacy-gullion-evolutionphrase> (дата звернення 17.02.2023).