**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА**

**ФАКУЛЬТЕТ ПРАВА ТА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН**

**Кафедра міжнародних відносин**

**та міжнародного права**

**Спеціальність 291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та**

**регіональні студії»**

**Освітня програма 291.00.01 «Суспільні комунікації»**

**БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА**

**на тему:**

**Публічна дипломатія Республіки Польща**

**Студентки 4 курсу**

**денної форми навчання**

**Дяченко Альони Андріївни**

**Науковий керівник:**

**канд. іст. наук, доцент**

**Мельник Г.М.**

**Київ – 2022**

**ЗМІСТ**

|  |  |
| --- | --- |
| **ВСТУП** | 3 |
| **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ**  | 6 |
| 1.1. Стан наукової розробки та джерельна база теми дослідження | 6 |
| 1.2. Понятійно-категоріальний апарат те методи дослідження | 17 |
| **РОЗДІЛ 2. СТАНОВЛЕННЯ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ РЕСПУБЛІКИ ПОЛЬЩА** | 23 |
| 2.1. Історичні детермінанти публічної дипломатії Польщі | 23 |
| 2.2. Інститути та механізми публічної дипломатії Польщі | 26 |
| 2.3. Потенціал ресурсів публічної дипломатії Польщі | 32 |
| **РОЗДІЛ 3. ПУБЛІЧНА ДИПЛОМАТІЯ ПОЛЬЩІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ І ПРОСУВАННЯ МІЖНАРОДНОГО ІМІДЖУ ДЕРЖАВИ** | 38 |
| 3.1. Роль публічної дипломатії Польщі у процесі формування міжнародного іміджу | 38 |
| 3.2. Публічна дипломатія Польщі як фактор розширення ЄС (кейс Східного партнерства) | 43 |
| 3.3. Перспективи розвитку публічної дипломатії Польщі | 47 |
| **ВИСНОВКИ** | 51 |
| **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ** | 56 |

**ВСТУП**

**Актуальність роботи**обумовлена низкою об’єктивних обставин. Одним з найбільш значущих інструментів на озброєнні сучасної дипломатії є публічна дипломатія, коли замість класичного розуміння сили на перший план виходить привабливість держави у сприйнятті міжнародним співтовариством. По-перше, сучасні умови глобального розвитку такі, що у процесі прийняття політичного рішення дедалі більше враховуються, як реальні факти, людські сприйняття, уявлення та образи. Імідж держави та її сприйняття на міжнародній арені набуває істотної ролі, а формування іміджу стає важливим напрямом державної політики. По-друге, в умовах глобалізації підвищується значимість інформаційних технологій у зовнішній політиці та управлінні сучасними політичними процесами. За рахунок використання таких напрямків «м’якої сили», як культура, політична ідеологія, дипломатія, зовнішня політика країни створюють в інших державах свій найпривабливіший образ, що сприяє зростанню сприяння інтересам своєї країни. Вивчення публічної дипломатії Республіки Польща дозволить скласти уявлення про те, як використання інструментарію її «м’якої сили» впливає на політичну ситуацію в регіоні. Особливо, якщо врахувати, що публічна дипломатія сьогодні стала дієвим інструментом зовнішньої політики багатьох країн і набула значного поширення у світі.

**Об’єкт дослідження** *–* публічна дипломатія Республіки Польща як інструмент «м’якої сили» в міжнародно-політичному просторі.

**Предмет дослідження** *–* інститути, механізми, форми, способи і засоби реалізації публічної дипломатії Республіки Польща та її вплив на імідж держави.

**Метою роботи**є дослідження основних функціональних інструментів публічної дипломатії Республіки Польща, які впливають на формування її міжнародного іміджу.

**Завдання роботи:**

* проаналізувати історіографію та джерельну базу дослідження;
* визначити сутність поняття публічна дипломатія і основні методи дослідження;
* розкрити витоки, які сформували детермінанти сучасної публічної дипломатії Польщі;
* визначити сучасні функціональні механізми публічної дипломатії Республіки Польща;
* конкретизувати ресурсний потенціал публічної дипломатії Республіки Польща;
* дати характеристику публічної дипломатії Республіки Польща у процесі формування міжнародного іміджу;
* конкретизувати роль публічної дипломатії Республіки Польща у контексті європейської інтеграції та програми розширення ЄС («Східне партнерство»);
* надати прогноз щодо перспектив розвитку публічної дипломатії Республіки Польща.

**Методи дослідження.**Комплексне вивчення публічної дипломатії Республіки Польща передбачає використання як загальнонаукових, так і спеціальних методів дослідження. Загальнонаукові методи (історичний, системний, функціональний, соціологічний); загальнологічні методи (аналіз, синтез, індукція, дедукція, аналогія, абстрагування); політологічні методи теоретичного пізнання (інституціональний, структурно-порівняльний, компаративний); спеціальні методи (контент-аналіз, кейс-метод).

**Наукова новизна.**Дослідження дозволило виявити ключові напрями та характерні параметри публічної дипломатії Польщі в регіоні, їх еволюцію та специфіку. Зокрема, розглянуто ключові інструменти у межах публічної дипломатії. Досліджено генезу загальноєвропейського, і, зокрема, східноєвропейського напряму публічної дипломатії Польщі.

**Структура дипломної роботи**зумовлюється її метою і завданнями. Бакалаврська робота складається із вступу, основної частини (трьох розділів, восьми підрозділів), висновків та списку використаних джерел і літератури (155 позицій). Загальний обсяг роботи становить 72 сторінки, з яких основного тексту – 55 сторінок.

**РОЗДІЛ 1**

**ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ТЕМИ ДОСЛІДЖЕННЯ**

**1.1 Стан наукової розробки та джерельна база теми дослідження**

Проблемі публічної дипломатії та її застосуванню у політичних процесах приділяли увагу багато зарубіжних та вітчизняних авторів. Американські вчені Е. Гулліон[[1]](#footnote-1) та А. Хоффман[[2]](#footnote-2) наприкінці 1960-х рр. першими спробували дати наукове визначення цього феномену, центральною тезою якого стало визнання появи нового методу зовнішньої політики, за допомогою якого уряд однієї країни формує громадську думку щодо певного питання серед населення зарубіжної держави.

Вивченням одного з ранніх напрямів публічної дипломатії, що використовується в роки холодної війни (70-ті та 80-ті рр. XX ст.) і відомого як «культурний імперіалізм», займалися такі західні та вітчизняні вчені, як П. Холлендер,[[3]](#footnote-3) Г. Шіллер,[[4]](#footnote-4) Ю. Поігер,[[5]](#footnote-5) Р. Крус,[[6]](#footnote-6) К. Леш,[[7]](#footnote-7) Н. Хомскі,[[8]](#footnote-8) А. Буллок та О. Стеллібрасс,[[9]](#footnote-9) Г. Ю. Філімонов [[10]](#footnote-10) та Н. А. Цвєткова.[[11]](#footnote-11)

Основними інструментами цього напряму публічної дипломатії були соціокультурні технології (кінематограф, музика, поп-культура) з обмеженим використанням ЗМІ (переважно радіо) того періоду. Можна стверджувати, що період «культурного імперіалізму» був «прообразом» сучасних концепцій громадської дипломатії, у якому робилися перші спроби цілеспрямованого впливу на зарубіжну аудиторію.[[12]](#footnote-12)

Закінчення холодної війни принесло нововведення і в публічну дипломатію. У 90-ті рр. XX ст. все більшу увагу політиків та вчених приваблювала концепція «м’якої сили», сформульована американським дослідником Дж. Наєм. Вона ґрунтувалася на пріоритетності реалізації зовнішньополітичних програм у вигляді гуманітарного співробітництва та незастосування силових методів. Можна стверджувати, що важливість концепції «м’якої сили» полягає у необхідності розвитку позитивного образу країни, у визнанні важливості формування в інших країнах конкретних груп людей (лояльних до зацікавленої держави), актуальності отримання від них зворотного зв’язку.[[13]](#footnote-13)

Усе це дало новий поштовх розвитку публічної дипломатії і створило передумови вивчення питання ефективності зворотних комунікацій та самих проектів у сфері публічної дипломатії. Розвитку цієї концепції, а також вивченню інструментів публічної дипломатії, що доповнюють її (у числі PR-методів), присвячені роботи вчених різних країн – Дж. Матерна,[[14]](#footnote-14) І. А. Зевельова та М. А. Троїцького,[[15]](#footnote-15) Б. Сігніцера й Т. Кумбса,[[16]](#footnote-16) Е. Гілбоа.[[17]](#footnote-17)

Терористичний акт 11 вересня 2001 р., скоєний у США, став найпотужнішим каталізатором для глибокого аналізу результативності програм громадської дипломатії. Тому перша половина першого десятиліття ХХІ ст. була присвячена пошуку відповіді на питання про результативність програм громадської дипломатії. Можна стверджувати, що для досягнення цієї політичної мети виникли важливі технологічні можливості у вигляді інтернет-технологій, які почали активно розвиватися, а також мережі, що розширили мовлення різних телеканалів за кордоном.[[18]](#footnote-18)

Цій найважливішій проблемі публічної дипломатії (вибудовування довгострокових довірливих відносин із зарубіжною аудиторією, потенційно здатною до вирішення політичних завдань) присвячені роботи М. Леонарда,[[19]](#footnote-19) Ш. Ріордана,[[20]](#footnote-20) Дж. Келлі,[[21]](#footnote-21) Дж. Коуена та А. Арсенаулта.[[22]](#footnote-22) Для цих авторів головним завданням став пошук найефективніших форм двосторонньої комунікації із цільовою зарубіжною аудиторією. Крім того, вчені розробили класифікацію рівнів двостороннього співробітництва, а також виявили можливості кооперації у сфері публічної дипломатії між різними країнами.

Англійський вчений С. Анхольт[[23]](#footnote-23) сформулював концепцію брендингу держав, яка отримала свій розвиток у працях англійських вчених І. Фена,[[24]](#footnote-24) Дж. Сзонді,[[25]](#footnote-25) К. Дінні[[26]](#footnote-26) та дослідників В. Г. Іванова та М. Г. Іванової, що запропонували концепцію charts power, присвячену впливу міжнародних рейтингів на політичні процеси.[[27]](#footnote-27) Їхні дослідження були засновані на аналізі іміджевих характеристик держави та оцінки її конкретних політичних дій зарубіжною громадськістю. Високі темпи технологічного прогресу сприяли швидкому формуванню нових концепцій публічної дипломатії з використанням інтернет-технологій та соціальних мереж (наприклад, «публічна дипломатія 2.0», «цифрова дипломатія», «твіттер-дипломатія»), що стало особливо актуальним із середини першого десятиліття XXI ст. (і залишається дотепер). Можливості та загрози застосування таких технологій у міжнародній політиці розглянуті у працях американських дослідників Н. Калла[[28]](#footnote-28), Х. Дейл[[29]](#footnote-29), Л. Хатіб, У. Даттона, М. Телвала.[[30]](#footnote-30) Основною відмінністю нових методів є можливість використання цільової аудиторії як активних акторів політичного процесу у своїй країні на користь зацікавленої зарубіжної держави.

Досвід застосування технологій публічної дипломатії був узагальнений у наукових працях дослідників різних країн: П. Харрісон,[[31]](#footnote-31) Д. Скортон,[[32]](#footnote-32) Д. Ріленд і Р. Стенгел,[[33]](#footnote-33) Ч. Крокер,[[34]](#footnote-34) П. Дж. Бьюкенен.[[35]](#footnote-35)

У політичних процесах публічна дипломатія реалізується інституціями через застосування низки спеціальних технологій. Публічна дипломатія не покликана замінювати чинні формати міжнародного співробітництва, але ефективне застосування її інструментів надає урядам додаткові можливості для досягнення необхідних політичних цілей.[[36]](#footnote-36)

Погляди когорти дослідників, які розглядають публічну дипломатію в названому ключі, можна ранжувати за рівнем їхньої жорсткості/категоричності. Перші досить категоричні, вони як основні цілі сучасної публічної дипломатії бачать дезорганізацію державного управління.

«Відмова від суверенної зовнішньої та внутрішньої політики, зміну системи цінностей та уявлень про національні інтереси» – такий підхід вписується у реалістичне розуміння прикладного прояву «м’якої сили». Погляди другої групи видаються відносно компромісними. Вони, визнаючи «м’яку силу» (інструментом якої є публічна дипломатія) як засіб формування нових зв’язків та забезпечення сприятливого клімату для міжнародного співробітництва, наголошують, що вона є реальною зброєю, яка не поступається за своєю ефективністю «жорсткосиловим» ресурсам. Наочним проявом такої її характеристики часто є практика зміни режимів або «кольорові революції». І, нарешті, третя група дослідників виходить із досить помірної/прагматичної позиції, що полягає у твердженні, що інститути «жорсткої сили» використовують ресурси «м’якої сили» та можливості публічної дипломатії для легітимації своєї політики та оптимізації роботи у нових реаліях світової політики.

Істотну увагу процесу розвитку і становленню публічної дипломатії приділяли у своїх наукових та експертних дослідженнях польські науковці А. Жєнтек[[37]](#footnote-37), Д. Мілошевська[[38]](#footnote-38), М. Ринейська-Келданович[[39]](#footnote-39), П. Келішевський та М. Поправський [[40]](#footnote-40), Й. Садлоха[[41]](#footnote-41), Р. Потоцький[[42]](#footnote-42), А. Сєвєрська-Хмай[[43]](#footnote-43), К. Філіпек[[44]](#footnote-44). Тонка межа між державним брендингом, конструюванням іміджу, зв’язками з громадськістю та публічною дипломатією розглядається в дослідженнях Є. Вятр[[45]](#footnote-45), С. Гавронського[[46]](#footnote-46), К. Залас-Камінської[[47]](#footnote-47), А. Квірін[[48]](#footnote-48), Я. Мікуловського[[49]](#footnote-49), М. Рафтовича-Філіпкевича[[50]](#footnote-50) та ін. Також варто відзначити, що Б. Очєпка, у своїх творчих доробках комплексно підходить до аналізу вищезазначених аспектів, зокрема, важливо відзначити, у даному контексті, його монографію «М’яка сила та публічна дипломатія Польщі».[[51]](#footnote-51)

Польські та польськомовні наукові доробки також зосереджують свою увагу на суто практичних аспектах публічної дипломатії, з точки зору таких питань, як зовнішня політика Польщі (А. Войцюк,[[52]](#footnote-52) Р. Стемпловський[[53]](#footnote-53)), транскордонні процеси (Б. Кавалко,[[54]](#footnote-54) Н. Антонюк,[[55]](#footnote-55) Г. Щерба,[[56]](#footnote-56) С. Фалінський[[57]](#footnote-57)), імідж та стереотипи (Й. Лічнер,[[58]](#footnote-58) І. Мацевко,[[59]](#footnote-59) М. Прокоп,[[60]](#footnote-60) В. Смочинський,[[61]](#footnote-61) Й. Тондера,[[62]](#footnote-62) Й. Фоміна,[[63]](#footnote-63) К. Шпаковський,[[64]](#footnote-64) Й. Бартнінський,[[65]](#footnote-65) М. Йоханн,[[66]](#footnote-66) Й. Конєчна-Саламатін[[67]](#footnote-67)), спортивна дипломатія (М. Кобєрецький,[[68]](#footnote-68) Е. Бялковська[[69]](#footnote-69)), у тому числі тотожного предметного поля дослідження (К. Зелінська,[[70]](#footnote-70) Г. Хім’як,[[71]](#footnote-71) Й. Станішкіс[[72]](#footnote-72)).

Широкий аналіз в експертному середовищі отримав концептуально-теоретичний вимір публічної дипломатії, чому присвячувалися праці К. Балабанова,[[73]](#footnote-73) Л. Гарника,[[74]](#footnote-74) С. Гуцал,[[75]](#footnote-75) О. Заболотної,[[76]](#footnote-76) Є. Перебийноса,[[77]](#footnote-77) В. Руднєвої,[[78]](#footnote-78) О. Тищенко-Тишковець.[[79]](#footnote-79)

Водночас питання реалізації публічної дипломатії на практиці відображено у наукових працях таких авторів, як О. Закоморна,[[80]](#footnote-80) С. Бєлєй,[[81]](#footnote-81) І. Сухорольської,[[82]](#footnote-82) В. Ціватого,[[83]](#footnote-83) К. Смаглій,[[84]](#footnote-84) О. Шевченко.[[85]](#footnote-85)

У свою чергу, І. Баладинська,[[86]](#footnote-86) Н. Буглай,[[87]](#footnote-87) Н. Буров,[[88]](#footnote-88) Я. Басенко,[[89]](#footnote-89) О. Валевський,[[90]](#footnote-90) Н. Карпчук,[[91]](#footnote-91) А. Кузьміна,[[92]](#footnote-92) В. Костров,[[93]](#footnote-93) Ю. Мателешко,[[94]](#footnote-94) Ю. Окуньовська,[[95]](#footnote-95) М. Процюк,[[96]](#footnote-96) О. Розумна,[[97]](#footnote-97) Н. Сербіна,[[98]](#footnote-98) О. Чепелик,[[99]](#footnote-99) Г. Шамборовський,[[100]](#footnote-100) О. Ошитко,[[101]](#footnote-101) С. Пахлова[[102]](#footnote-102) досліджували питання культурної дипломатії у її теоретичних та практичних вимірах.

Проблемі міжнародного іміджу держави також присвячено місце у дослідженнях вітчизняних науковців. Його розгляд з теоретичної точки зору присвятили роботи А. Акайомова,[[103]](#footnote-103) О. Дубас,[[104]](#footnote-104) М. Недопитанський,[[105]](#footnote-105) А. Старостіна.[[106]](#footnote-106) Натомість міркування щодо практичного виміру іміджмейкінгу знаходимо у Г. Вербицької,[[107]](#footnote-107) Л. Бублик,[[108]](#footnote-108) Т. Каштан,[[109]](#footnote-109) Н. Качинської,[[110]](#footnote-110) Г. Поспєхової,[[111]](#footnote-111) К. Толокольнікової,[[112]](#footnote-112) О. Щурко,[[113]](#footnote-113) О. Зубик,[[114]](#footnote-114) С. Гнатюк,[[115]](#footnote-115) О. Горбанюк,[[116]](#footnote-116) М. Іщенко.[[117]](#footnote-117)

Дотичними до тематики дослідження також є праці О. Бондаренко,[[118]](#footnote-118) Н. Ващенко,[[119]](#footnote-119) О. Богородецької,[[120]](#footnote-120) У. Ільницької,[[121]](#footnote-121) О. Обрінської,[[122]](#footnote-122) М. Ожеван,[[123]](#footnote-123) О. Тєлєтова,[[124]](#footnote-124) Д. Павлова[[125]](#footnote-125) стосовно інформаційної складової міжнародних відносин, значення структур громадського суспільства.

Джерелами, які регламентують реалізацію публічної дипломатії Республіки Польща, є насамперед зовнішньополітичні стратегії Міністерства Закордонних Справ Польщі «Пріоритети польської закордонної політики. 2012–2016»[[126]](#footnote-126), «Стратегія польської закордонної політики 2017–2021»[[127]](#footnote-127), а також «Урядова програма співпраці із Полонією та поляками за кордоном» 2015–2020»[[128]](#footnote-128) та «Польська марка. Концепція», яка стосується просування Польщі за кордоном[[129]](#footnote-129). Перераховані документи є надзвичайно важливими в контексті теми дослідження, оскільки в них детально розкриваються основні завдання польської зовнішньої політики, зокрема питання безпеки, економічного розвитку, а також формування іміджу Республіки Польща за кордоном. Аналіз їх положень дозволяє дійти висновку, що Польща вважає просування позитивного міжнародного іміджу одним із найважливіших завдань своєї зовнішньої політики.

Окрема група джерел складається з публіцистичних видань, матеріалів, які розміщені на аналітичних інтернет-порталах, в інформаційних джерелах, де оперативно висвітлюють новини та публікують експертні думки, у контексті публічної дипломатії Польщі, її інструментів, зовнішньополітичних аспектів Республіки Польща.[[130]](#footnote-130)

Отже, в останні роки на тлі процесів глобалізації та стрімкого розвитку інформаційно-комунікаційних технологій значно зросли можливості громадян впливати на політику своїх держав. У зв’язку з цим уряди країн, які прагнуть підтримки та розширення свого впливу у світі, намагаються враховувати ці нові тенденції при плануванні та реалізації своєї зовнішньої політики. А це у свою чергу – вимагає якісної розробленості існуючої проблематики у науковому, експертному середовищі. Відповідно, здійснено огляд джерел, які використані в межах дослідження. Конкретизовано ступінь дослідження вказаної тематики в межах зарубіжної, польської, української наукової літератури.

**1.2. Понятійно-категоріальний апарат та методи дослідження**

Поняття міжнародних відносин сформувалося не так давно ̶ на рубежі XVIII–XIX ст., незважаючи на той факт, що ще за часів Античності люди зверталися до вивчення міжнародних відносин. Термін був введений Дж. Бентамом, англійським філософом. Уповільнення понятійного оформлення міжнародних відносин спровоковано, швидше за все, нерозвиненістю гуманітарних наук, формування яких завершилося в Європі лише в середині позаминулого століття, а також відносною слабкістю національних держав – з початку XIX ст. головних діючих акторів міжнародних відносин. Сьогоднішнє розуміння феномену «міжнародні відносини» ускладнюється рядом зв’язків та областей взаємодії, в яких вони реалізуються.[[131]](#footnote-131)

Ще одна проблема – це невизначеність розмежування відносин на міжнародні та внутрішньодержавні. Досить поширеним є підхід до визначення, що базується на змісті у ньому суб’єктів, які здійснюють міжнародні комунікації. Необхідно виділити основні якісні параметри нової системи міжнародних відносин, що характеризує те нове, що відрізняє міжнародну систему, яка формується на наших очах, від попереднього її стану. Насамперед ̶ це, звісно, ​​активні процеси глобалізації, що стосуються значних характеристик сучасного світового розвитку, які, з одного боку, є очевидним свідченням набуття міжнародною системою якості – глобальності, а з іншого боку – розвиток активних процесів глобалізації має для міжнародних відносин чималі витрати. Глобалізація – це процес розширення та поглиблення взаємозумовленості сучасного світу, формування єдиної системи фінансово-економічних, соціально-політичних та культурних зв’язків на основі новітніх інформаційних засобів та телекомунікацій.[[132]](#footnote-132)

Міжнародні відносини видаються специфічним видом суспільних відносин. Як і суспільні відносини в цілому, вони є відносинами для людей; у них чітко простежуються економічний, соціальний, політичний та духовно-культурний аспекти.

Наразі феномен «публічної дипломатії» є міждисциплінарним напрямом, оскільки у його вивченні зацікавлені дослідники у різних сферах, наприклад, дипломати, маркетологи, журналісти, фахівці у галузі вивчення теорії міжнародних відносин, що, у свою чергу, призводить до різноманітності підходів та поглядів. Незважаючи на загальне визнання необхідності посилення ролі публічної дипломатії, погляди на мету цього посилення серед політиків та експертів різняться. Загалом тут можна виділити дві точки зору. Одні розуміють публічну дипломатію як більш активну та вмілу форму використання сучасних засобів PR та механізмів, напрацьованих неурядовими організаціями, для просування та популяризації цілей державної політики. Інші вважають, що завдання неурядових організацій, які займаються публічною дипломатією, «не обслуговування держави», а здійснення безпосередніх зв’язків з громадянським суспільством інших країн з метою поглиблення взаєморозуміння між народами.[[133]](#footnote-133)

Існує кілька точок зору стосовно теми цілей публічної дипломатії. Г. Мейлоун вважає, що її призначенням є досягнення позитивного ставлення до своєї країни. Автор також виділяє дві основні акції публічної дипломатії. Перше – короткострокові акції, куди входить формування громадської думки щодо сприятливого. Друге ̶ довгострокові акції, орієнтовані на ознайомлення іноземних громадян із країною та її народом.[[134]](#footnote-134)

У новому нетрадиційному розумінні публічна дипломатія служить інструментом зацікавленості закордонної аудиторії у певній проблемі за допомогою таких нових методів, як мережеві контакти, створення та привернення уваги до особливих сайтів, АМА-розсилка, інтернет-конференцій та блогів. Публічна дипломатія дозволяє країні сформувати свою репутацію таким чином, щоб визначити своє місце на міжнародній арені.[[135]](#footnote-135)

Як правило, публічна дипломатія не впливає безпосередньо на маси в зарубіжних країнах, а, впливає насамперед на представників зарубіжної еліти, тобто: політиків, бізнесменів, журналістів, лідерів опозиційних партій, представників академічної спільноти), які також можуть вплинути на решту акторів свого суспільства. Важливо відзначити, що джерелом публічної дипломатії є неурядові та мережеві організації, які можуть ефективніше охоплювати своїм впливом певну частину зарубіжного суспільства, а платформою для неї є мережа інтернет, куди переносяться новинні та музичні формати радіо та телепрограм, просування іміджу тієї чи іншої країни.

На думку Н. А. Цвєткової, публічна дипломатія ̶ сукупність дій, які направлені на побудову довготривалих, взаємовигідних відносин між акторами політики, захист національних інтересів, відстоювання зовнішньополітичних позицій. Публічна дипломатія відстоює національну безпеку та національні інтереси через дослідження настроїв суспільної думки іноземних громадян, їх інформування та через вплив на ключових конструкторів відповідної суспільної думки.[[136]](#footnote-136)

Брендинг та публічна дипломатія тісно взаємопов’язані, оскільки публічна дипломатія може стати найсильнішим інструментом брендингу території. Думки людей про те чи інше місце, якими вони діляться в інтернеті, серйозним чином впливає на імідж місця, що формується. Як вважає П. Родькін, імідж держави, виражений у візуальному фірмовому стилі, є одним з найважливіших елементів як внутрішньої стабільності, так і зовнішньої «ліквідності» держави у процесі міждержавних відносин та сфері транснаціональних структур. Візуальний державний стиль, на думку П. Родькіна, не є ординарною складовою ідентичності, але є одним з головних факторів суверенітету країни в умовах глобальних комунікацій. Таким чином, маркетинг та брендинг територій стають такими ж необхідними складовими державної та територіальної політики, як і бізнес-стратегії будь-якого комерційного підприємства (корпорації).[[137]](#footnote-137)

Маркетинг та брендинг території сьогодні є найважливішими складовими соціально-економічної, політичної та міжнародної політики органів державного та територіального управління. Формування спеціальних органів з управління національним іміджем та брендингом, зростання бюджетів на просування території на ринку глобальних продуктів зумовлюють необхідність та важливість розробки методів для економічної оцінки бренду та ефективності витрат за його формування.[[138]](#footnote-138)

Публічна дипломатія як перспективний інструмент зовнішньої політики переважно довгострокового впливу зазвичай розглядається у рамках неоліберальної традиції політичної думки. Видатний представник неоліберальної школи Джозеф Найт відводить публічній дипломатії роль інструмента реалізації політики «м’якої сили», ширшого поняття, що включає комплекс спеціальних заходів щодо досягнення зовнішньополітичних цілей.[[139]](#footnote-139)

Слід зазначити, що на відміну від «жорсткої сили», що зазвичай викликає потрібний результат (бажана поведінка) цільового об’єкта прямо, «м’яка сила» діє опосередковано, виступаючи спонуканням тієї чи іншої поведінки. Відповідно, результат застосування/дії «м’якої сили» слід розглядати по лінії «результат як сприйняття (ставлення) та результат як поведінки (дії), обумовлене відповідним ставленням». Сьогодні «м’яка сила» – це атрибут політики розвинутих країн світу. За останні десятиліття різні держави по-різному намагалися реалізувати свій потенціал «м’якої сили» у зовнішній політиці, що дозволяє говорити про існування кількох різних стратегій її використання.

Складність та багатоаспектність дослідження потребує необхідність використання міждисциплінарного підходу, який засновується на використанні найбільш широкого спектру загальнонаукових та спеціальних політологічних методів. Відповідно, за основу методів та підходів проклададено принцип наукової об’єктивності, сходження від абстрактного до конкретного та раціональності наукового пошуку.

Комплексне вивчення «м’якої сили» публічної дипломатії Республіки Польща передбачає використання загальнонаукових і спеціальних методів дослідження. Робота ґрунтується на принципі історизму, що дозволяє простежити події у взаємозв’язку та з урахуванням конкретно-історичних умов. Серед загальнонаукових методів дослідження використано аналіз, синтез, системний підхід, метод індукції.

Аналіз аспектів публічної дипломатії в теоретичному вимірі реалізований за допомогою диференційованого набору підходів та методів. З методів історичних та політичних досліджень у бакалаврській дипломній роботі використано: історико-порівняльний метод – порівняння форм та змісту «м’якої сили» публічної дипломатії Польщі в історичній ретроспективі; історико-генетичний метод – вивчення походження, розвитку конкретних історичних явищ, у разі, еволюції громадської дипломатії Польщі у регіоні та причин її зміни; джерелознавчий аналіз – аналіз нормативних матеріалів, окремих документів польської зовнішньої політики, доповідей та щорічних звітів польських неурядових організацій; інституційний метод – аналіз структури відповідних відомств, органів, департаментів, у процесі прийняття певних рішень.

Зі спеціальних методів дослідження у бакалаврській роботі застосовані: Case-study – вивчення роботи польських неурядових організацій та некомерційних фондів у Польщі, починаючи з їх історії виникнення, структури, форм взаємодії з цільовою аудиторією, партнерів та результатів роботи; контент-аналіз. Окрім того, в межах дослідження застосовується емпіричний вид дослідження.

Таким чином, на сьогоднішній день саме просування і формування іміджу держави, вплив на громадську думку є найбільш важливими визначальними підходу до використання м’якої сили. Сучасне розуміння публічної дипломатії складається з набору стратегічних, концептуальних, координаційних і виконавчих заходів, які мають на меті вплинути на громадську думку за кордоном, забезпечивши реалізацію та просування інтересів держави на міжнародній арені. Загалом застосування тих чи інших термінів стосовно сфери публічної дипломатії залежить від багатьох факторів – від належності дослідника до певної теоретичної школи до специфіки науково-політичного дискурсу конкретної країни.

**РОЗДІЛ II**

**СТАНОВЛЕННЯ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ РЕСПУБЛІКИ ПОЛЬЩА: СУТНІСТЬ ТА ОСНОВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ**

**2.1. Історичні детермінанти публічної дипломатії Польщі**

Польща є одним з найактивніших акторів геополітичних процесів у регіоні Балтійського моря, Східної Європи, вона підтримує глибокі контакти з країнами НАТО та ЄС. Це обумовлено низкою факторів, серед яких найбільш значущими є польські геополітичні амбіції, що мають глибоке історичне коріння, та історично сформований спосіб адаптації держави до заданих геополітичних умов. Відповідно, формування публічної дипломатії будь-якої країни ґрунтується на історико-політичному, історико-географічному аспектах у рамках навколишнього міжнародно-політичного середовища. І публічна дипломатія обслуговує той вектор зовнішньої політики, який володіє історичними «стежками залежності». Історичний досвід свідчить про наявність основних моделей геополітичної поведінки («ягеллонської» і «пястовської»), які обирає Польща як найбільш прийнятні з погляду реакції на зовнішні виклики, зумовлені географічним та культурним становищем держави на стику цивілізацій.

Зазначені ідеї, пронизуючи історію розвитку польської геополітичної думки, є актуальними для Польщі і сьогодні. Геополітична поведінка сучасної польської держави в регіоні Балтійського моря та Східної Європи формувалася під впливом згаданого прагматизму польської геополітичної думки та домінування стереотипного типу історичної свідомості в польському суспільстві.[[140]](#footnote-140)

По-перше, виходячи з геополітичних установок, що транслюються Польщею, і комплексу реалізованих дій, польська геополітична стратегія увібрала в себе прагматичні ідеї, що панували у різні періоди розвитку національної геополітичної думки. По-друге, геополітичні устремління сучасної Польщі у регіоні Балтійського моря відбивають стереотипні образи історичної свідомості польського суспільства.[[141]](#footnote-141)

З погляду прагматизму геополітична стратегія Польщі у регіоні визначалася ситуацією, що склалася після розпаду СРСР, та розвивалася в рамках «ягеллонської» моделі геополітичної поведінки, яка домінувала у різні періоди історії польської держави. Щодо ситуації, яка виникла після розпаду СРСР, йдеться про те, що географічно та геополітично Польща, з погляду польських національних еліт, опинилася між двома історичними супротивниками ̶ Росією та Німеччиною. Трансформаційні процеси в регіоні, спричинені крахом радянського блоку, в очах польських національних еліт створювали для Польщі можливість виходу із зони російського впливу для подальшої реалізації геополітичних амбіцій. Проте вихід із одного блоку впливу призвів до входу в інший.[[142]](#footnote-142)

При цьому Польща, долаючи потрясіння переходу на ринкову економіку і маючи невеликий потенціал розвитку, не мала ресурсів для того, щоб самостійно стати значним геополітичним гравцем. Ці фактори зумовили орієнтацію Польщі на союзника, здатного виступити гарантом ресурсного забезпечення держави для досягнення геополітичних устремлінь і в той же час не є, на думку польської політичної еліти, загрозою суверенітету та національній ідентичності.[[143]](#footnote-143)

З економічного погляду у ситуації трансформаційних процесів у Європі найочевиднішим союзником для Польщі був Європейський союз, а виходячи з військово-політичних устремлінь та стратегії у сфері безпеки – США (НАТО). Так, завдання вступу Польщі до НАТО та ЄС стало пріоритетом зовнішньої політики держави кінця 1990-х – початку 2000-х рр., стандартизувавши її під курс розвитку згаданих організацій та загальні міжнародні тенденції на той час.

У зв’язку з цим геополітична стратегія Польщі в регіоні Балтійського моря обмежувалася необхідністю відповідності «брюссельській» політиці та орієнтувалася на участь держави у загальноєвропейських інтеграційних процесах на балтійському напрямі, а також – реалізацію євроатлантичного порядку денного. У цей період Польща брала участь у різноманітних програмах співробітництва у регіоні Балтійського моря та Східної Європи.[[144]](#footnote-144)

Водночас доктрина зовнішньої політики Польщі формувалася під впливом специфіки історичної свідомості польського суспільства, що полягає, крім іншого, у вкоріненості стереотипів і міфів про особливу геополітичну місію держави щодо стримування Росії (месіанізм, прометеїзм, проект «Міжмор’я» та ін.) в умовах протидії російському впливу та постійній загрозі для польської держави також із боку Німеччини. Накладення специфіки історичної свідомості поляків на прагматичний підхід до зовнішньої політики зрештою визначило вибір Польщі на користь географічно віддаленого союзника ̶ США. В «обмін» на союзництво Польща взяла на себе роль свого роду сублідера американського протистояння Росії на європейському континенті. У цьому контексті ініціювання Варшавою проекту «Міжмор’я» (також «Тримор’я») є розвитком обраної геополітичної стратегії ще на початку трансформації зовнішньої політики Польщі.[[145]](#footnote-145)

На початковому етапі Польща прагнула побудувати зовнішню політику за стандартами, заданими НАТО, ЄС та спільними міжнародними тенденціями. Першочерговим завданням зовнішньої політики Польщі було назване поляками повернення до Європи, «закріпити» яке мало приєднання держави до союзних організацій.

Основна увага офіційної Варшави приділяється створенню інфраструктури, що дозволяє забезпечити енергетичну безпеку та розвинути транспортну логістику між державами ЄС, які мають вихід до Балтійського, Чорного та Адріатичного морів, мінімізувавши участь у цих процесах інших сторін.

У цьому контексті публічна дипломатія офіційної Польщі направлена на власне позиціонування саме у контексті процесів ревізії власної зовнішньої політики, у контексті перескладання рамок колективної свідомості та історико-політичних чинників.

**2.2. Інститути та механізми публічної дипломатії Польщі**

Сучасне розуміння публічної дипломатії Польщі складається з набору стратегічних, концептуальних, координаційних та виконавчих заходів, які мають на меті вплинути на громадську думку за кордоном, забезпечивши реалізацію та просування інтересів держави на міжнародній арені.

Основною метою публічної дипломатії Польщі є формування позитивного іміджу, сприяння вдосконаленню та просуванню об’єктивного знання та розуміння країни, її історії іноземною громадськістю. Водночас, публічна дипломатія Республіки Польща покликана стимулювати контакти та співпрацю з міжнародними партнерами, а також зміцнювати її престиж як держави-учасниці ЄС.

Реалізацією публічної дипломатії Польщі займається Департамент публічної та культурної дипломатії Міністерства закордонних справ. Департамент залучає до реалізації публічної дипломатії громадянське суспільство та представників НКО через систему грантів. У 2020 році на гранти для реалізації громадських ініціатив у сфері публічної дипломатії було виділено понад 4,6 млн польських злотих. Polsca pomoc (Polish aid) – основний державний проект із реалізації гуманітарного співробітництва. Проект має 3 напрямки: разову допомогу, гуманітарну допомогу та глобальну освіту. Допомога надається країнам, постраждалим внаслідок військових конфліктів і від стихійних лих, а також країнам, що розвиваються.[[146]](#footnote-146)

На сьогодні функціонування механізму публічної дипломатії Республіки Польща забезпечується 160 дипломатичними представництвами та місіями держави за кордоном. Їх координує спеціальний підрозділ МЗС Польщі – Департамент публічної та культурної дипломатії, створений у 2008 році. Насправді, цілі публічної дипломатії реалізують й інші організаційні підрозділи МЗС. Особливу роль відіграють Прес-служба, Департамент економічного співробітництва та Рада промоції Польщі, заснована у 2004 році.[[147]](#footnote-147)

Рада виступає як консультативний орган при прем’єр-міністрі, вона складається з комітету експертів з різних міністерств, які співпрацюють у координації всієї діяльності, пов’язаної з просуванням іміджу країни за кордоном. Спирається публічна дипломатія Польщі на так звані «Направлені промоції Польщі», документи, що визначають короткострокові та довгострокові цілі та завдання щодо реалізації інтересів держави за кордоном через просування культурних цінностей, мови, спорту, туризму тощо. Досягнення цілей публічної дипломатії, тим часом, здійснюється Міністерством закордонних справ у партнерстві з громадськими та недержавними організаціями.[[148]](#footnote-148) Також МЗС Польщі щорічно проводить конкурс грантів на фінансування різноманітних проектів, які спрямовані на розширення знань про країну та покращення її іміджу за кордоном.

У 2013 році між міністерством та НУО було підписано 121 таку угоду, у 2014 році ̶ 97. При цьому загальний річний бюджет усіх проектів склав 11,341 млн злотих у 2013 році та 10,834 млн злотих у 2014 році. Наступним інструментом публічної дипломатії Республіки Польща є мережа культурно-інформаційних центрів за кордоном. Вона налічує близько 24-х Польських Інститутів, розташованих у всьому світі та націлених на просування польської культури, поширення знань про державу, знайомство іноземної громадськості з досягненнями польської історії тощо. Інститутами організовуються різноманітні проекти, спрямовані на захист та просування інтересів країни. Так, у 2015 їх число склало близько 2000.[[149]](#footnote-149)

Зокрема, Польський Інститут у Києві є центральним елементом публічної дипломатії Республіки Польща щодо України. Функціонування цього закладу здійснюється у форматі невеликого управлінського офісу, а його проекти реалізуються в публічному просторі та охоплюють театри, кінотеатри, культурні центри, виставкові зали тощо. Крім того, Польський Інститут щороку проводить фестиваль «Дні польського кіно в Україні», під час якого українські глядачі мають змогу побачити новинки польського кінематографу. Також установа сприяє розвитку літератури та мистецтва. Престижними є премія Дж. Конрада, яку вручають письменникам, та премія К. Малевича, якою відзначають художників. Наприклад, лауреатами премії Конрада в різні роки були такі відомі українські письменники, як Т. Прохасько, С. Жадан, Н. Сняданко, Т. Малярчук, С. Андрухович та інші.[[150]](#footnote-150)

Ще одним важливим напрямом діяльності Польського Інституту у Києві є інформаційна діяльність, спрямована на просування урядових та неурядових програм. У такий спосіб заклад ініціює контакти між польською та українською культурними громадами, виступаючи посередником між ними.[[151]](#footnote-151)

Потенціал культури у зовнішній політиці Польщі став використовуватися нещодавно. Як зазначають польські дослідники, «довгий час пріоритетними залишалися політичні та економічні відносини, а культура може і має розвиватися самостійно». Трансформація поглядів на можливості культури у підвищенні авторитету країни на міжнародній арені відбулася у другій половині 1990-х років. Культурні зв’язки стали розглядатися як важлива складова інтеграції Польщі до Європейського союзу та взаємодії із східноєвропейськими сусідами.[[152]](#footnote-152)

Міністерство культури і мистецтва у 1999 р. представило нову програму культурної політики країни, у якій просування польської культури там стало одним з важливих напрямів. Спеціальними повноваженнями у цій сфері було наділено Міністерство культури і мистецтва та Міністерство закордонних справ. Ними було підписано угоду про координацію діяльності у реалізації зовнішніх культурних зв’язків Польщі. Крім того, було запропоновано ініціативу створення у майбутньому спеціального інституту, за допомогою якого реалізовуватимуться міжнародні культурні та гуманітарні проекти.[[153]](#footnote-153)

Міністерство закордонних справ мало більш широкі можливості порівняно з іншими державними структурами розвитку культурних обмінів. У зв’язку з цим його ключовим завданням стала реалізація стратегії культурної дипломатії як форми уявлення країни на міжнародній арені у вигляді культури. Крім того, в міністерстві було створено спеціальний департамент, який займався міжнародними культурними зв’язками держави, ̶ Департамент публічної та культурної дипломатії. Його основними завданнями були: вироблення загальної стратегії та координація діяльності спеціальних органів щодо їх реалізації.[[154]](#footnote-154)

Серед інших інструментів та засобів реалізації цілей публічної дипломатії Республіки Польща можна виділити її діаспорну політику, постійний моніторинг громадської думки; активно розвивається взаємодія зі ЗМІ, налагоджений інструмент навчальних візитів. Тут доречно згадати про Зовнішню службу польського радіо (PRESS), яка орієнтована на закордонну аудиторію. Фінансування за лінією МЗС даної медіаструктури у 2014 р. склало 9.5 млн. злотих. У країнах з великою польською діаспорою налагоджено роботу телевізійного каналу TVP Polonia. У 2009 році був також запущений перший польський рекламний портал, значним чином удосконалений у 2014 році.[[155]](#footnote-155) Крім того, активно використовується механізм соціальних медіа – налагоджено постійну присутність польського МЗС в інтернеті.

Свідченням важливого значення публічної дипломатії Польщі, наприклад, є факт існування в межах структури МЗС держави Департаменту промоції (іміджу) (2009 р. трансформований у Департамент публічної та культурної дипломатії). В межах компетенції департаменту ̶ реалізація рекламних проектів, що мають міжнародний масштаб, реалізації програм та стратегії польської публічної дипломатії за сприяння дій, у тому числі, інших органів влади стосовно рекламування польської культури.[[156]](#footnote-156)

За інформацією у відкритому доступі, протягом тільки 2000 року цими органами було реалізовано близько 4000 проектів різної тематики. Окрім Міністерства культури та національної спадщини, в процес реалізації публічної дипломатії Польщі залучено Міністерство спорту та туризму, Міністерство народної освіти та Міністерство науки і вищої школи.[[157]](#footnote-157)

Створення мережі культурних центрів Польщі там було здійснено за всебічної підтримки держави. Очевидно, що на першому етапі формування іміджу країни на міжнародній арені необхідні розробка загальної стратегії зовнішньої культурної політики, наділення спеціальними повноваженнями державних органів щодо її реалізації, створення культурних установ за кордоном та координація діяльності всіх учасників цього процесу.[[158]](#footnote-158)

Згідно з поданою інформацією, нині Польща вийшла на якісно інший рівень реалізації культурної дипломатії. Як сильний бік розвитку даної сфери польські дослідники відзначають вплив Міністерства закордонних справ та Міністерства культури та національної спадщини на правове регулювання та законодавчі ініціативи щодо просування польської культури. Питання про підвищення ролі держави у зовнішній культурній політиці порушується навіть у Великій Британії та Німеччині, при тому, що в цих країнах успішно функціонують моделі з широкими повноваженнями неурядових організацій. Проблема полягає не тільки у фінансуванні, де держава має великі можливості, але значною мірою і в необхідності розробки чіткої стратегії подання країни на міжнародній арені в довгостроковій перспективі.[[159]](#footnote-159)

Ступінь впливу держави на процес формування іміджу країни, розвитку міжкультурного діалогу визначається не лише історичними традиціями та політичним устроєм кожної окремої країни. Посилення його у цій сфері диктується сучасними реаліями міжнародних процесів. Сьогодні ключове значення у трансформації іміджу країни набуває інформаційне забезпечення зовнішньополітичного курсу, у тому числі й у культурній сфері.

Таким чином, на сьогоднішній день саме просування та формування іміджу держави, вплив на громадську думку є найважливішими визначальними польського підходу до використання м’якої сили. З моменту вступу держави до ЄС у 2004 р. та створення Департаменту публічної та культурної дипломатії у 2008 р. публічна дипломатія отримала більше уваги та стала одним із важливих інструментів забезпечення інтересів держави за кордоном шляхом координації культурної дипломатії та міжнародного брендингу, пов’язаних з економічною дипломатією.

**2.3. Потенціал ресурсів публічної дипломатії Польщі**

Реалізація зовнішньої політики передбачає застосування основних інструментів публічної дипломатії, які мають практичний вплив на необхідні соціально-політичні процеси: освітні технології, медіа-технології, інтернет-технології, соціальні технології.

Серед основних інструментів, які надає система освіти та які можуть бути використані на користь публічної дипломатії, можна виділити вищу освіту для іноземних громадян, короткострокові освітні курси та програми обміну, національні освітні центри за кордоном, реформування зарубіжних освітніх систем. Освіта іноземних громадян вирішує кілька основних політичних завдань: формує світогляд людей, систему їх цінностей та поглядів; створює групи лояльних до зацікавленої держави осіб та сприяє їх об’єднанню. Таким чином, освітні програми для населення зарубіжних країн – це підготовчий етап, ступінь створення залежних діючих або потенційних еліт.

Студенти з України сьогодні посідають перше місце у частці іноземних студентів у Республіці Польща. У 2013–2014 навчальному році 15 тисяч українців прибуло до цієї країни для здобуття вищої освіти. 4 тис. із них отримали різноманітні стипендії від польського уряду. У наступному навчальному році через війну в Україні та несприятливу економічну атмосферу цей показник збільшився більш ніж на 50 відсотків і досяг 23 тис. Українські студенти активно користуються можливостями, які готовий надати польський уряд. У свою чергу, Варшава вбачає у цьому зручний інструмент просування власного бренду та ефективнішого поширення культурного впливу. Польща використала цей інструмент у момент погіршення ситуації в Україні, що обов’язково вплине у майбутньому на сприйняття її іміджу.[[160]](#footnote-160) Міністр Науки та Вищої освіти Польщі в інтерв’ю зауважила, що «створення демократії ґрунтується на постійній, стійкій та добре організованій роботі всіх інститутів.[[161]](#footnote-161)

Політика Варшави стосовно Республіки Білорусь багато в чому схожа, і заснована на «політиці традицій», що базується на припущенні, що люди з гарною освітою можуть зробити великий внесок у соціальні зміни у своїй країні. Частка білорусів знаходиться на другому місці від числа всіх іноземних студентів та у 2014–2015 навчальному році дорівнювала приблизно 5 тис. (приблизно 15%). Для білорусів діє певна кількість стипендій (наприклад, «Програма Калиновського», яка спрямована на продемократичних активістів).[[162]](#footnote-162)

Роль інформаційно-пропагандистської роботи в рамках радійного та телевізійного полів є дуже важливою для Польщі з історичного погляду. Мовлення західних радіостанцій польською мовою (особливо радіо «Вільна Європа») під час «Холодної війни» розглядалося як символ боротьби проти комуністичної ідеології. Найбільше прикладів успішної політики у цьому напрямі ми можемо побачити на інформаційних просторах Білорусі. На території Республіки працюють канал «Белсат» та радіо «Рація». Польща виділяє близько 4 мільйонів доларів на рік на трансляцію телеканалу «Белсат». Парадоксально, але цей телеканал є першим, який повністю транслюється білоруською мовою. Не можна забувати і про радійне поле, яке входить до сфери діяльності МЗС Польщі. Існує дві радіостанції, які працюють для білорусів: «Радіо Рація» та «Європейське Радіо для Білорусі». Республіка Польща також підтримує незалежні ЗМІ в Україні, надаючи фінансову підтримку та організовуючи курси підвищення кваліфікації для українських журналістів. Найпопулярніші інтернет-радіостанції це «Hromadske TV» та «Espresso TV».[[163]](#footnote-163)

Іншою важливою частиною польської підтримки незалежних ЗМІ є фінансування журналістів. Робота Варшави полягає здебільшого у короткострокових проектах, тренінгах та виділенні стипендій. Також особливий елемент «м’якої сили» – це польські видання, які фокусуються на проблематиці Східної Європи. Як приклад, журнал «Нова Східна Європа», який видається чотирма мовами (польська, англійська, російська та українська). Також існують кілька популярних інформаційних та новинних веб-ресурсів, присвячених даному регіону (наприклад, Eastbook.eu).[[164]](#footnote-164)

Один із основних напрямків діяльності Варшави – це надання допомоги Україні та Білорусі в рамках розвитку демократичного суспільства. Активність Республіки Польща в цьому напрямі йде переважно на рівні підтримки неурядових організацій та місцевої адміністрації. Взаємодія Польщі з Україною та РБ у цій сфері реалізується, однак, різними каналами. У випадку з Києвом Варшава використовує як офіційний рівень відносин з урядом, так і рівень підтримки неурядових організацій, проте з Мінськом Польща частіше обирає шлях підтримки незалежних від уряду спільнот, оскільки Білорусь розглядається Польщею як авторитарна держава, що ускладнює відносини на найвищому рівні. Наприклад, у Стратегії Національної Безпеки зазначено, що країни «Східного партнерства» «через недостатній рівень демократизації можуть бути причиною дестабілізації європейської безпеки».[[165]](#footnote-165)

Польща є важливим спонсором великої кількості фондів, основними реципієнтами допомоги яких є неурядові організації, які здійснюють діяльність на території Східної Європи, з метою реалізації проектів, спрямованих на зміцнення та впровадження новаторських демократичних перетворень. Окремо варто виділити кілька проектів: наприклад, «Східноєвропейський демократичний центр» зі штаб-квартирою у Варшаві, співробітники якого працюють у східних країнах-сусідах Польщі. Також дуже важливо приділити увагу польському Фонду «Солідарність». Протягом короткого часу цей Фонд став важливою точкою на карті польської допомоги на підтримку розвитку, яка відповідає за проекти у сфері демократизації за кордоном.

Флагманом Варшави у цьому напрямі є ініціація створення організації «Східного Партнерства», в якій Польща позиціонує себе як «арбітр Східної Європи». У рамках цього проекту видно її наміри стати справжнім регіональним лідером та ініціатором поширення ідеї європейської інтеграції, а «президентство Польщі в ЄС стало своєрідним тестом для країни на здатність реалізовувати та інтенсифікувати східний вектор політики Союзу».[[166]](#footnote-166)

Активну політику в рамках просування та поширення досягнень польської культури, історії та наукового життя Варшава розпочала на початку 2000-х у рамках створення Національної Стратегії розвитку культури Республіки Польща у 2004 році. У Білорусі та Україні більшість проектів організовуються спільними зусиллями кількох установ. Інститут А. Міцкевича є одним із найбільших організацій у цьому секторі. Ця організація, яка на початковому етапі займалася проведенням перехресних «сезонів» культури у багатьох країнах, має великий перелік реалізованих проектів на території Білорусі та України (одним із найвідоміших є «I, CULTURE Orchestra» для молоді з країн «Східного партнерства»). Цей інститут був організований за прикладом Європейських організацій, таких як Альянс Францез, Інститут Сервантеса та Шведський інститут. Інститут має представництва у 25 країнах, у тому числі у Києві та Мінську. Вони задіяні у проведенні різноманітних заходів у сфері літератури, музики, кіно та театру; серед них – Тиждень Української культури у Варшаві, білоруський рок-фестиваль «Basovishcha» та Білоруський фестиваль фільмів. Важливу частину роботи Міністерства Культури та Національної Спадщини займає захист польської культурної спадщини. Вона полягає у збереженні монументів, поховань, музейних експонатів та соборів (у Гродно, Житомирі, Львові, Бердичеві та ін.). Також у культурній дипломатії РП задіяні й інші установи, такі як Інститут книги, Інститут Польського кіно, Інститут театру та Міжнародний культурний центр, які беруть участь у проведенні менш масштабних проектів.[[167]](#footnote-167)

Один із найважливіших компонентів успіху Польщі у сфері підтримки польської національної меншини – це набуття чинності Законом «Про карту поляка». «Карта поляка» є документом, що підтверджує належність до польського народу. Цей документ надає велику кількість привілеїв, які включають безвізове перебування на території Республіки Польща, дозвіл на роботу та можливість отримання безкоштовної вищої освіти та багато іншого.[[168]](#footnote-168)

Питання потенціалу ресурсів публічної дипломатії Республіки Польща значно актуалізувалося після Революції Гідності 2013–2014 рр. в Україні та подальшої російської збройної агресії проти нашої держави. Польща, яка після приєднання до Європейського Союзу у 2004 р., прагнула створити довкола себе своєрідний «пояс стабільності», безперечно зацікавлена в безпеці України. Тому вона від самого початку намагалась і дотепер продовжує відігравати надзвичайно активну роль у врегулюванні російсько-українського збройного конфлікту, адже погіршення безпекової ситуації в Україні негативно впливає на її безпосередніх сусідів, у першу чергу на Польщу, яка після початку повномасштабного вторгнення Росії на територію України 24 лютого 2022 р. прийняла велику кількість українських біженців.

Крім того, починаючи з 2014 р. Республіка Польща продовжувала активно працювати над формуванням і просуванням свого позитивного іміджу в Україні. Як зазначалось вище, українські студенти традиційно є найбільш численною групою іноземців, які навчаються у польських ЗВО. Так, у 2020/2021 навчальному році їхня кількість нараховувала 38,478 осіб, що становить понад 45,4% всіх іноземних студентів у країні.[[169]](#footnote-169) Прогнозовано, що в найближчі роки їхня кількість лише зростатиме.

Крім того, відбувається активізація українсько-польської співпраці у сфері наукових досліджень. Зокрема, Польська академія наук запропонувала стипендії для українських вчених, щоб вони мали змогу продовжувати займатись науковою діяльністю. Також у Польщі функціонує наукова платформа «Наука для України», покликана інформувати науковців про дослідницькі проекти. Полегшилося працевлаштування для науковців з України в польських університетах.[[170]](#footnote-170)

Для країни, яка позиціонує себе як «середня європейська держава», велику роль у зовнішній політиці відіграє питання просування її іміджу та бренду, а також питання сприйняття у світовому співтоваристві. Польща не має великого досвіду в реалізації концепції «м’якої сили», але за останні десятиліття змогла досягти значних результатів її використання в одній з основних сфер своїх інтересів. РП прагне того, щоб її сприймали як регіонального лідера, що може бути продемонстровано її ініціативою щодо створення організації «Східного Партнерства».

**РОЗДІЛ 3**

**ПУБЛІЧНА ДИПЛОМАТІЯ ПОЛЬЩІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ І ПРОСУВАННЯ МІЖНАРОДНОГО ІМІДЖУ ДЕРЖАВИ**

**3.1. Роль публічної дипломатії Польщі у процесі формування міжнародного іміджу**

Нетривалий період незалежності польської держави істотно актуалізує питання вироблення якісного інструментарію для покращення іміджу країни, конструювання міжнародного сприйняття держави, боротьби з негативними стереотипами. Експерти та спеціалісти в Україні досліджують успіхи польської держави у галузі економічної, політичної та інституціональної модернізації: зрештою, польський приклад успіху призвів країну до членства в ЄС. Шлях до «європейської сім’ї» був результатом не тільки вдалого реформування держави, але, й, у тому числі успіху задіяного інструментарію публічної дипломатії, яка проявила себе у стратегічно вивіреній державній політиці.

Свідченням високого потенціалу важливості публічної дипломатії у зовнішньополітичній інституціональній структурі Польщі є факт утворення Департаменту промоції (іміджу) (який був трансформований у 2009 р. у Департамент публічної та культурної дипломатії), у функціональне розпорядження якого входить просування закордонної інформаційної політики, міжнародних проектів, реалізація та програмування стратегії польської публічної дипломатії сприяння органам та структурам влади стосовно рекламування будь-яких успіхів та можливостей пов’язаних з Польщею.[[171]](#footnote-171)

Публічна дипломатія, на відміну від традиційної дипломатії, реалізується як через офіційні, так і неофіційні структури та акторів, у тому числі пересічних громадян, громадських організацій, груп інтересів та ЗМІ. Вона спрямована на громадську думку інших держав, шляхом корекції спрямування й розвитку публічного сприйняття держави. Найважливішими складовими зовнішньополітичної стратегії Польщі стали освіта, культура та польська мова, проекти у цьому напрямі.

Ключовий документ, що був прийнятий Радою з просування Польщі, направлений на «польський бренд» (Marka Polskа).[[172]](#footnote-172) Окрім того, Міністерство економіки очолює широку кампанію зі зв’язків з громадськістю, громадськими структурами з питанням економічного брендування держави. Очолювання Ради ЄС у 2011 році та Євро2012 стали важливими етапами ребрендигу Польщі та розробки «польського підходу» у публічній дипломатії: керівництво держави розглядало дані події як важливі фактори трансформації сприйняття Польщі, в очах громадськості та еліт інших держав, міжнародного співтовариства.[[173]](#footnote-173)

Аналогічна допомога іншим державам Центрально-Східної Європи, характер та вектор польської держави, значною мірою, детерміновано геополітичним положенням, зовнішньополітичними традиціями, західноєвропейськими моделями та прикладами реалізації принципів публічної дипломатії.

У перелік зовнішньополітичних стратегій Польщі 2017–2021 рр. входили безпекові питання, економічна модернізація та формування конструктивного іміджу Польщі в світі. Стратегія окреслювала положення Польщі у міжнародно-політичному просторі: потужний потенціал Польщі у сильному політичному об’єднанні (Європейський Союз); надійність союзницьких позицій Польщі в межах євроатлантичної безпекової системи (НАТО); відкритість до регіональних проектів кооперації; співпраця у галузі забезпечення демократії та прав людини; підтримка польської етнічної меншини закордоном. Публічна дипломатія є й обумовлюючою і обумовленою стратегією зовнішньої політики.[[174]](#footnote-174)

Уряд Польщі регулярно ініціює реалізацію міжнародних дослідницьких проектів, обмін науковими та науково-педагогічними кадрами, студентською молоддю, навчання іноземних громадян у польських ВНЗ, організацію закордоном наукових товариств та аналітичних центрів, курсів польської мови, діяльності ЗМІ. Часта практика, що започаткована міністром МЗС Польщі, полягає в щорічному врученні нагород кільком іноземним науковцям чи діячам культури.

Промоції польської держави у міжнародному просторі істотно сприяє, заснована у 2002 р. Міністерством культури та національної спадщини масштабна програма «Гаудеполонія», у яку, завдяки залученню наукових та експертних кіл, щороку залучається сорок науковців та спеціалістів з пострадянських країн (України, Білорусі, Росії, Казахстану, Вірменії). Конструювання серед акторів міжнародного співтовариства певного образу польського культурного коду забезпечується через полегшення доступу до культурної спадщини Польщі. Важливо відзначити, що дана сфера, відрегульована документом «Закордонна культурна політика Польщі та її пріоритети на 2001–2003 рр.».[[175]](#footnote-175) Конкретизуючи його реалізацію, варто відзначити, що була застосована практика організації певних навчальних, наукових візитів до Польщі експертів, журналістів, науковців з різних держав. В межах заходу відбуваються зустрічі запрошених гостей з окремими представниками, експертами, політиками з польського боку. Промоції польської республіки в міжнародному середовищі також сприяє поширення дипломатичними представництвами різноманітних іміджевих продуктів з інформаційним підтекстом. Окрім того, здійснюється організація трансляцій на телебаченні та радіо тематичних передач, видавництво музичних та літературних творів польських авторів тощо.[[176]](#footnote-176)

Важливою ланкою у публічній дипломатії Польщі, завдяки якій реалізувалася та реалізується польська євроінтеграційна стратегія, є державний брендинг. Важливою складовою, у контексті реалізації такої стратегії, стало формування в державах учасницях Європейського союзу іміджу Польщі як соціально-орієнтованої, демократичної, ринкової, правової держави, яка розбудовує свою зовнішню політику на принципах взаємних інтересів, партнерства, активної участі у вирішенні зовнішньополітичних питань. Оскільки референдуми в державах-учасниках ЄС є важливою складовою прийняття держави до наддержавної спільноти, можна відзначити, що Польщі вдалося сформувати позитивний імідж як серед населення, так і серед еліт держав-учасників ЄС.[[177]](#footnote-177)

Дану мету були покликані реалізовувати, зокрема, Рамкова програма закордонної промоції процесу прийняття РП до ЄС на період 2000–2002 рр. (2000 р.)[[178]](#footnote-178) та Програма промоції Польщі у країнах-членах ЄС (2002 р.)[[179]](#footnote-179), які адресовані політикам, лідерам громадської думки, неурядовим громадським організаціями у державах-учасниках ЄС. Інформування соціальних агентів у державах Європейського Союзу поширювалося через інформаційні буклети, трансляції теле- і радіопередач, проведення профільних, галузевих форумів, тематичних заходів, організації та проведення Року Польщі і т.д.[[180]](#footnote-180)

Водночас, з 1999 р. уряд Польщі, у кооперації з бізнесовими колами, при підтримці польського Міністерства економіки та закордонних інвестицій, Національної економічної палати, Польської агенції інформації, Академії брендів, які розгорнули динамічну та активну кампанію у сфері конструювання бренду держави, покликані підвищити конкурентоспроможність польської економічної системи у галузі європейських вимог. Відповідний підхід вочевидь дозволив польському уряду зробити власну державу більш впізнаваною та привабливою.[[181]](#footnote-181)

Істотний внесок у конструювання позитивного іміджу та образу польської держави робить польська діаспора, яка за підрахунками польських експертів становить до 21 млн осіб (при 38 млн проживаючих у самій Польщі). Чисельно по країнах, найбільше поляків проживає у США (10,6 млн осіб), Німеччині (2 млн осіб), Бразилії (1,6 млн осіб), Франції (1,05 млн осіб) та Україні (1 млн осіб).[[182]](#footnote-182)

Величезний внесок зробила, зокрема, польська діаспора у США (особливо по лінії інтеграції Польщі до НАТО). Взаємодія неурядових структур Польщі з польською діаспорою США здійснила величезний вплив на позицію американських політиків до прозахідного вибору польської спільноти. Одним з ключових лобістів польських інтересів був, зокрема, екс-радник з національної безпеки президента Дж. Картера, радник Центру стратегічних і міжнародних студій, поляк за походженням, З. Бжезінський.[[183]](#footnote-183)

Як наслідок, підкреслимо, що особливістю публічної дипломатії Польщі, у контексті формування позитивного іміджу Польщі стали численні здобутки та заходи, якими відзначений їх функціональний характер у відповідності із фінансовим забезпеченням. Активна діяльність «коаліції» польських дипломатів, політиків, бізнесменів та неурядових організацій сприяла формуванню конструктивного, привабливого національного іміджу та бренду. Специфікою іміджевої політики Польщі, у тому числі, є багатство її культурних здобутків та культурної спадщини. Інформаційне забезпечення публічної дипломатії за допомогою диференційованого набору інструментів та ресурсів є тим прикладом позитивного досвіду, який мала б використовувати й Україна у просуванні власного національного бренду та іміджу.

**3.2. Публічна дипломатія Польщі як фактор розширення ЄС (кейс Східного партнерства)**

Проект «Східного партнерства» був створений у 2008 році з ініціативи Польщі та Швеції як відповідь на зростаючі геополітичні виклики у Східній Європі та на Кавказі. Нові члени Європейського Союзу запропонували Брюсселю скоординувати свою політику щодо «нових сусідів» у Східній Європі, тим самим доповнивши французьку ініціативу «Середземноморського союзу». На саміті у Празі у травні 2009 року ініціативу «Східного партнерства» офіційно затвердили всі члени Євросоюзу. Загальна декларація про всебічне співробітництво з Україною, Білоруссю, Молдовою, Грузією, Азербайджаном та Вірменією передбачала наближення цих країн до стандартів Європейського Союзу за рахунок технічної та економічної допомоги, а також проектів культурного обміну. Польща зробила величезний внесок у цей проект, який після багатьох років все ще не був гідно оцінений, й, водночас, є прикладом успішності публічної дипломатії Польщі.[[184]](#footnote-184)

Польська участь у «Східному партнерстві» закріпила за Варшавою статус адвоката країн Східної Європи у Брюсселі. Польща позиціонує себе як досвідченого та відповідального партнера для країн, що перебувають на шляху системної трансформації, який вона сама пройшла у 90-ті роки минулого століття. «Східне партнерство», безперечно, є гарним прикладом довгострокового планування польської зовнішньої політики та публічної дипломатії з метою зміцнення своєї позиції серед інших країн ЄС. У період головування Польщі в Раді Європейського Союзу країни-члени Союзу були залучені до вирішення проблем країн Східного партнерства. Саме тоді було створено Європейський фонд за демократію, який надає фінансову підтримку для демократичних перетворень у країнах-сусідах Євросоюзу.[[185]](#footnote-185)

Роль Варшави у «Східному партнерстві» також має велике символічне значення. Польща здійснила успішну політичну та економічну трансформацію, перейшовши до демократії та ринкової економіки.

Поряд із досвідом вдалого впровадження принципів acquis communautaire, Польща також добре знайома з аналогічними проблемами країн Східної Європи. Одним із головних принципів «Східного партнерства» є сприяння стабільному сусідству, що є ключовим принципом зовнішньої політики Польщі, яка у 2004 році стала прикордонною державою ЄС у Східній Європі. У рамках «Східного партнерства» Варшава бачить себе у ролі західного експерта з питань Східної Європи. Метою польської зовнішньої політики є створення мосту передачі знань та досвіду між старими країнами ЄС, які часто мають дуже поверхове уявлення про проблеми регіону, та країнами «Східного партнерства», які найчастіше не відповідають вимогам Брюсселя. Окрім того, роль «східного форпосту ЄС» сприяє конструюванню іміджу Польщі, як держави, яка не тільки є носієм європейських цінностей, але й здатна їх «експортувати» в інші країни.[[186]](#footnote-186)

Можна навести кілька прикладів запровадження польських інвестицій із метою збільшення соціального капіталу країн Східного партнерства. Наприклад, Польща започаткувала стипендіальну програму імені Стефана Банаха для студентів із країн «Східного партнерства». Проект стартував у 2013/2014 навчальному році та передбачає безкоштовне навчання у магістратурі та аспірантурі у польських університетах, а також виплату соціальної стипендії для 75 студентів. Ще одним прикладом є Академія державного управління, створена з ініціативи польського Міністерства закордонних справ. Програма Академії покликана підтримати сектор державної адміністрації та розрахована на чиновників із країн «Східного партнерства».[[187]](#footnote-187)

Учасники Академії знайомляться з правовою, політичною та адміністративною системою Європейського Союзу, мають можливість прослухати курси щодо протидії корупції, реформуванню органів місцевого самоврядування тощо. Дипломати з країн Східного партнерства також навчалися в Польському інституті дипломатії (нині ̶ Академія дипломатії).[[188]](#footnote-188)

З 2014 року в рамках консульсько-дипломатичних курсів, спеціального проекту на тему ЄС та НАТО, а також співпраці зі ЗМІ, в Інституті пройшли стажування кілька десятків дипломатів та студентів з України, Грузії та Молдови. Польська Республіка особливо активно допомагає країнам, що розвиваються, які є членами «Східного партнерства». Варто зазначити кілька ініціатив. Чотири держави «Східного партнерства» (Білорусь, Грузія, Молдова та Україна) отримували пріоритетну допомогу в рамках «Багатолітньої програми співпраці з країнами, що розвиваються, у 2016-2020 рр.» польського МЗС. Завдяки цьому інструменту Польща підтримує процеси системної трансформації, сприяє просуванню та захисту прав людини, переходу до ринкової економіки, а також сприяє сталому розвитку країн регіону. Крім того, існує програма «Волонтерство – польська допомога», яка дає можливість молодим полякам взяти участь у некомерційному проекті в одній із вищезгаданих держав.[[189]](#footnote-189)

За посередництвом польських дипломатичних установ у країнах «Східного партнерства» функціонує «Програма малих грантів» для реалізації так званої «Мети розвитку тисячоліття». Неоціненну допомогу у побудові громадянського суспільства та підтримці демократії у країнах «Східного партнерства» надає Фонд міжнародної солідарності, створений за участю польського МЗС. Фонд щорічно виділяє великі гранти на проекти, пов’язані з підтримкою демократії, демократичних інститутів, містить сучасний інформаційний центр для місцевої влади у Молдові, а також регулярно спрямовує короткострокові та довгострокові місії ОБСЄ на вибори до Вірменії, Білорусі, Грузії, Молдови та України.[[190]](#footnote-190)

Україна незмінно залишається головним учасником Східного партнерства для Польщі. Цьому сприяє не лише спільна історія, а й економічні та політичні причини. Завдяки такій співпраці Україна успішно впроваджує свої проекти та використовує західні рішення, адаптовані до потреб пострадянського суспільства.

Польща отримує безпосередню вигоду завдяки зростанню товарообігу та встановленню ділових контактів із країнами, що входять до «Східного партнерства». В останні роки завдяки консолідації проекту «Східного партнерства» товарообіг та культурні контакти між Польщею та Україною значно пожвавилися. Після підписання угоди DCFTA – зони вільної торгівлі між ЄС та Україною – товарообіг Польщі з Україною у 2016 році зріс на 17% порівняно з попереднім роком. Наукова та академічна співпраця протягом останніх кількох років також значно зросла. Цю тенденцію підтверджує наявність великої кількості українських студентів у польських університетах. Сприяють цьому численні гранти та стипендії, які видаються на навчальні програми, а також двосторонні угоди між українськими та польськими ВНЗ.[[191]](#footnote-191)

Проекти наукового обміну здійснюються у сфері енергетики, інформаційних технологій та екології. Новий імпульс набула польсько-української співпраця у сфері культури. З’явилася ціла низка спільних ініціатив, проектів, культурних обмінів, фестивалів. Серед них варто виділити «Українську весну», «Дні України» та «Європейські дні добросусідства». Київ дедалі частіше відвідують члени польського уряду. Донедавна в рамках структури Укрзалізниці чільну посаду очолював Войцех Балчун, а один із архітекторів польських реформ ̶ Лешек Бальцерович, – був співголовою групи стратегічних радників із підтримки реформ в Україні.[[192]](#footnote-192)

Польща має намір змінити ініціативу ЄС «Східне партнерство». Східна політика залишається пріоритетною для Польщі, але зазначається, що країні необхідно створити новий інструмент для Євросоюзу, який міг би позитивно впливати на політику Східного добросусідства. Активна позиція Польщі у «Східному партнерстві» є прикладом амбітної та практичної участі нового члена ЄС у формуванні зовнішньої політики Євросоюзу. Хоча «Східне партнерство» практично зникло з порядку денного в Брюсселі, воно створило безліч можливостей для співпраці Європейського союзу з країнами Східної Європи. Польську участь у культурних проектах, наукових обмінах, допомозі для країн та співпраці у сфері економіки можна назвати зразковою, адже ще нещодавно Польща сама потребувала суттєвої підтримки, щоб відповідати вимогам Європейського союзу.

**3.3 Перспективи розвитку публічної дипломатії Польщі**

Публічна дипломатія Польщі приречена на інтенсифікацію подальшого розвитку через гостру зацікавленість Європейського союзу та східноєвропейських країн у розвитку співпраці з Польщею. Ця зацікавленість зводиться до таких причин:

1. Польща є ключовим політичним гравцем у сфері безпеки на Східному кордоні ЄС.

2. Польща відіграє ключову роль у розвитку інтеграційного проекту Східного партнерства, а також, в силу історичних особливостей, географічного розташування та культурних зв’язків у регіонах, прилеглих до кордонів ЄС та Польщі, здійснює безпекову функцію.

3. Польща є суттєвим торгово-економічним партнером Німеччини – локомотива ЄС.

Розвиток публічної дипломатії Польщі передбачає вплив на думку сусідів. Цей вплив може здійснюватися двома шляхами: за допомогою надання певних благ з боку Польщі східноєвропейським спільнотам (думка одержувача благ у будь-якому разі буде сприятливою і відповідно, принаймні серед таких одержувачів, Польща матиме позитивний імідж) та за допомогою створення сприятливого іміджу країни засобами інформаційного впливу.[[193]](#footnote-193)

Відповідно, розвиток публічної дипломатії може йти у двох напрямках: по лінії зміцнення зв’язків між недержавними суб’єктами дипломатії двох країн, тобто створення всередині іноземного суспільства груп інтересів, орієнтованих на співпрацю з ЄС, та по лінії інформаційного впливу на громадську думку тієї частини суспільств, які не мають особистої зацікавленості у співпраці з Польщею. Перспективи створення груп інтересів усередині європейських та східноєвропейських суспільств, орієнтованих на співпрацю, є сприятливими, оскільки такі групи інтересів автоматично створюються через високу значущість польської економіки в макрорегіоні, культурному обміні, безпекових факторах.[[194]](#footnote-194)

Розширення можливостей для інвестування в ключові галузі, що стимулюють зростання та інновації, зміцнення та поглиблення двосторонньої торгівлі та економічної взаємодії, а також створення сприятливих умов для малих та середніх підприємств; сприяння вирівнюванню технічних регламентів та стандартів, а також високому рівню захисту прав інтелектуальної власності; транспорт; сприяння розвитку стійкої низько-вуглеводної економіки та енерго-ефективності, а також підтримку міжнародних переговорів щодо протидії зміні клімату; зміцнення співпраці у сферах інновацій, досліджень та розвитку, а також космосу; забезпечення збалансованого розвитку шляхом вживання заходів у відповідь на регіональні та соціальні наслідки економічної реструктуризації; забезпечення ефективного функціонування судової системи та посилення боротьби проти корупції; сприяння розвитку зв’язків між людьми та зміцнення діалогу з громадянським суспільством для заохочення участі людей та бізнесу. Цей перелік напрямів співробітництва не є вичерпним.[[195]](#footnote-195)

Розмірковуючи про безпекову складову, варто відзначити, що Польща стала ініціатором низки міжнародно-політичних проектів, направлених на стримування агресії політичних автократій. Люблінський трикутник – стратегічний проект, багато в чому ініційований на основі конкретних геополітичних та геоекономічних завдань у регіоні. Про його створення було оголошено ще у липні 2020 р. Люблінський трикутник у складі Польщі, Литви та України певним чином натякає на історію спільного розвитку територій у складі Речі Посполитої. 6 липня 2021 р. у Вільнюсі міністри закордонних справ трьох країн підписали Спільну декларацію про європейську спадщину, Дорожню карту співпраці Люблінського трикутника та План протидії дезінформації.[[196]](#footnote-196)

Люблінський трикутник розглядається підписантами як додатковий політичний інструмент взаємодії з Україною, що дозволяє обговорювати всі проблеми на регулярних зустрічах глав держав та урядів, у тому числі з національними координаторами Люблінського трикутника, організовувати екстрені зустрічі у разі потреби. Крім того, за його допомогою вони мають намір складати та робити спільні заяви з міжнародних питань, пропонувати спільні проекти таким організаціям як ООН, ОБСЄ, Рада Європи тощо.[[197]](#footnote-197)

Проект має сприяти співпраці України з Ініціативою трьох морів, з Бухарестською дев’яткою; просувати спільні ініціативи у рамках Східного партнерства та у взаємодії з асоційованими державами (Україна, Грузія, Республіка Молдова), співпрацювати на всіх рівнях у форматі «Кримської платформи», а також розвивати кооперацію з адміністрацією США з усіх питань та з НАТО щодо питання оборони України та її вступу до організації тощо.[[198]](#footnote-198)

Тому сторони домовилися навіть про синхронізацію електроенергетичних систем Литви та України з континентальною європейською мережею та вирішили пошукати можливості для досягнення спільних вигод від експлуатації інфраструктури транзиту газу, включаючи польські та литовські термінали ЗПГ та українські підземні сховища газу. Країни Трійки також вирішили протидіяти будівництву проекту «Північний потік – 2», а також разом протистояти БілАЕС в Острівці. Не обійшлося і без обговорення зеленої енергетики. Безперечно, країни звернули увагу і на спільний розвиток цифрової сфери, обмін студентами, визнання документів про вакцинацію між громадянами держав, що співпрацюють. Особливу увагу у Люблінському трикутнику приділяють молодіжній політиці. Молодіжні ради України, Польщі та Литви підписали Меморандум про заснування Молодіжного Люблінського трикутника як міжнародного майданчика для молодіжної співпраці у галузі культури та громадської дипломатії.

Не меншу увагу привертає та обставина, що країни домовилися проводити спільні акції публічної дипломатії з питань, що становлять взаємний інтерес, а також за пріоритетами діяльності Люблінського трикутника, включаючи ініціативи щодо забезпечення безпеки журналістів та протидії дезінформації.[[199]](#footnote-199) Судячи з завдань, Люблінський трикутник був створений як регіональний майданчик із макрорегіональними геополітичними цілями.

**ВИСНОВКИ**

За результатами проведеного в бакалаврській роботі дослідження публічної дипломатії Республіки Польща можна зробити наступні висновки:

1. Аналіз історіографії та джерельної бази дослідження засвідчив, що феномен публічної дипломатії давно перебуває в центрі уваги дослідників. Поширеним є підхід, за якого публічна дипломатія розглядається як інструмент прояву «м’якої сили» держави на міжнародній арені. Значну кількість праць як українських, так і закордонних науковців присвячено окремим, суто практичним аспектам публічної дипломатії Польщі, а також її концептуально-теоретичного виміру. Основою джерельної бази дослідження є зовнішньополітичні стратегії Міністерства Закордонних Справ Польщі, а також програми польського уряду. Ці документи визначають формування та просування позитивного іміджу за кордоном як одне з основних завдань зовнішньої політики Республіки Польща. Також важливими джерелами є матеріали публіцистичних видань, аналітичних інтернет-порталів, інформаційних джерел, які стосуються різноманітних напрямів публічної дипломатії Польщі.
2. На сучасному етапі публічна дипломатія вивчається фахівцями не тільки з галузі дипломатії та міжнародних відносин, а також журналістики, працівниками маркетингу та інших наукових та дослідницьких напрямів. У межах політичної науки феномен публічної дипломатії переважно розглядається у зв’язку з неоліберальною концепцією «м’якої сили» (soft power), яку Дж. Най визначив як здатність домагатися бажаного не примусом чи підкупом, а за допомогою привабливості держави та її успіхів. Публічну дипломатію він розуміє як комунікаційний механізм, інструмент підвищення привабливості та посилення авторитету. «М’яка сила» як здатність держави сформувати уявлення про власні переваги серед інших країн, спирається на три найважливіші компоненти: культуру, політичні цінності та зовнішню політику держави. Публічна дипломатія покликана транслювати ці три компоненти іншим країнам. Держава, яка не формує привабливі для зовнішнього світу цінності виявляється нездатною здійснювати конструктивний вплив на іноземну громадськість. «М’яка сила», як концепція, виступила ключовою базою для формулювання такого явища як публічна дипломатія. Потенціал публічної дипломатії, проблема формування бренду та іміджу також стають предметним полем досліджень в межах політичної комунікації. Фахівці конкретизують значення сучасної публічної дипломатії через категорію національного бренду. Комбінування положень публічної дипломатії та принципів маркетингу зробило політику та імідж держави продуктом, який варто успішно продавати зарубіжному споживачу. Імідж уряду стали називати національним брендом, а «м’яка сила» набула його інструментального характеру. Статус каналу конструювання та просування національного бренду в міжнародно-політичному просторі якраз і покладено на функціонал публічної дипломатії як складової зовнішньої політики.
3. Витоками, які сформували детермінанти сучасної публічної дипломатії Польщі, є основні моделі геополітичної поведінки («ягеллонська» і «пястовська»), що виступають найбільш прийнятними з огляду на зовнішньополітичні виклики, які постають перед сучасною Республікою Польща, та зумовлюються міжцивілізаційним положенням країни у географічному та культурному контекстах. Крім того, стратегія публічної дипломатії Польщі сформувалась під впливом прагматизму геополітичних уявлень і домінуванням стереотипного типу свідомості у польському суспільстві. Так, після розпаду СРСР Республіка Польща взяла курс на інтеграцію до структур Європейського Союзу та НАТО, а також прагнула стати регіональним лідером у Східній Європі. Водночас входження Польщі до Євросоюзу та НАТО накладає певні обмеження на зовнішню політику Республіки Польща, оскільки змушує її узгоджувати та корегувати власну зовнішньополітичну стратегію із союзниками.
4. Сучасні функціональні механізми публічної дипломатії Республіки Польща реалізуються у вигляді стратегічних, концептуальних, координаційних та виконавчих заходів, метою діяльності яких є здійснення впливу на громадську думку за кордоном задля формування позитивного іміджу та просування інтересів Польщі на міжнародній арені. Сьогодні за реалізацію публічної дипломатії Польщі відповідає Департамент публічної та культурної дипломатії Міністерства закордонних справ, який за допомогою системи грантів залучає до своєї роботи громадянське суспільство та представників НКО. Крім того, функціонують 160 дипломатичних представництв і місій держави за кордоном, до завдань яких також входить реалізація публічної дипломатії Польщі. Також важливим інструментом польської публічної дипломатії є діяльність Польських Інститутів – мережі культурно-інформаційних центрів, розташованих у різних країнах. Діяльність Польських інститутів спрямована на просування польської культури, поширення знань про Польщу, знайомство іноземців з польською історією, мовою тощо.
5. Ресурсний потенціал публічної дипломатії Республіки Польща реалізується насамперед у наданні громадянам іноземних держав можливостей здобувати вищу освіту в Польщі, проведенні короткострокових освітніх курсів та програм обміну, діяльності національних освітніх центрів за кордоном, реформуванні зарубіжних освітніх систем. Крім того, Республіка Польща підтримує незалежні ЗМІ за кордоном, надає фінансову підтримку, організовує курси підвищення кваліфікації для журналістів, проводить тренінги, виділяє стипендії. Важливою складовою «м’якої сили» Польщі є польські видання, інформаційні та новинні ресурси, які висвітлюють проблематику Східної Європи. Також Республіка Польща виступає спонсором великої кількості фондів, які надають допомогу закордонним неурядовим організаціям, діяльність яких спрямована на розвиток демократичних перетворень у східноєвропейських країнах, зокрема одним із найпомітніших заходів у цьому контексті є програма «Східне партнерство», одним із ініціаторів створення якої виступала Польща. Великий ресурсний потенціал у здійсненні публічної дипломатії Республіки Польща має Інститут Адама Міцкевича – неурядова організація, яка займається різноманітними питаннями культурної співпраці за кордоном, зокрема ознайомленням іноземної громадськості з польською мовою, історією, популяризацією польської культури тощо.
6. Публічна дипломатія відіграє одну з ключових ролей у процесі формування міжнародного іміджу Республіки Польща. Завдяки чітко продуманій та вдало реалізованій стратегії державного брендингу за 30 років, що минули після завершення «холодної війни», сприйняття Польщі в державах, які входять до Європейського Союзу трансформувалось від постсоціалістичної країни з численними політичними, соціально-економічними та зовнішньополітичними проблемами до демократичної, правової, соціально-орієнтованої держави з розвиненою ринковою економікою, зовнішньополітична стратегія якої реалізується на засадах партнерства та узгодження національних інтересів з інтересами союзників по ЄС та НАТО. Таким чином, формування та просування позитивного міжнародного іміджу Польщі значною мірою стало можливим завдяки публічній дипломатії.
7. Роль публічної дипломатії Республіки Польща у контексті європейської інтеграції та програми розширення ЄС («Східне партнерство») полягає в тому, що, виступивши одним з ініціаторів програми Східного партнерства, Польща закріпила за собою статус адвоката країн Східної Європи у Європейському Союзі. Як відомо, програма ЄС «Східне партнерство» прийшла на зміну Європейській політиці сусідства, реалізація якої розпочалась у 2004 р. після масштабного розширення Євросоюзу. Ставши повноправною частиною європейської політичної та економічної спільноти, Республіка Польща прагнула розвивати добросусідські відносини з країнами, які опинилися поза межами розширеного ЄС. Однак Європейська політика сусідства не виправдала сподівань, які на неї покладали ні східноєвропейські країни, ні члени ЄС. Тому на зміну їй прийшла програма «Східне партнерство». Починаючи з 2004 р. і дотепер Польща активно працює над тим, щоб створити навколо себе своєрідний «пояс стабільності», тим самим не лише підвищуючи власну стабільність, але й покращуючи безпекову ситуацію в сусідніх країнах.
8. Перспективи розвитку публічної дипломатії Республіки Польща зумовлюються ключовою роллю цієї держави у розвитку співпраці Європейського Союзу зі східноєвропейськими країнами. Причинами зацікавленості ЄС в розвитку такої співпраці, що не може не впливати на активізацію польської публічної дипломатії, є те, що Польща має вагоме значення як гарант безпеки на Східному кордоні Євросоюзу, відіграє ключову роль у реалізації програми «Східне партнерство», виступає важливим торгово-економічним партнером Німеччини, що є рушійною економічною та політичною силою ЄС. Прогнозовано, що в найближчі роки роль Польщі як адвоката Східної Європи в Європейському Союзі лише зростатиме. Далеко не останню роль в цьому процесі відіграє збройна агресія Російської Федерації щодо України, що лише посилила прагнення нашої держави стати повноправною учасницею процесів європейської та євроатлантичної інтеграції. Тож, відповідно, можна стверджувати, що інтенсифікація українсько-польської співпраці в цьому напрямі продовжуватиметься й надалі. Крім того, не викликає сумніву той факт, що прагнення Республіки Польща відігравати дедалі активнішу роль у політичних процесах на європейському континенті матиме своїм наслідком подальшу активізації її публічної дипломатії, спрямовану на формування та просування позитивного міжнародного іміджу Польщі серед іноземних громадян.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ**

**Джерела**

1. Marka Polska. Koncepcia. Dokument stanowi Załącznik do Uchwały Nr 8 Międzyresortowego Zespołu do spraw Promocji Polski za granicą z 27 lutego 2018 r. URL: http://orka2.sejm.gov.pl/INT8.nsf/klucz/ATTB95JVM/ $FILE/z08247-o1\_3.pdf (дата звернення: 10.05.2022).
2. Ministerstwo Spraw Zagranichnych. URL: https://www.gov.pl/web/dyplomacja (дата звернення: 10.05.2022).
3. Priorytety Polskiej Polityki Zagranicznej. 2012–2016. *Ministerstwo Spraw Zagranichnych.* URL: https://www.bbn.gov.pl/download/1/9620/prpol.pdf (дата звернення: 09.05.2022).
4. Rządowy program współpracy z Polonią i polakami za granicą w latach 2015–2020. *Ministerstwo Spraw Zagranichnych.* URL: https://www.gov.pl/documents/1149181/1150183/Rzadowy\_program\_wspolpracy \_z\_Polonia\_i\_Polakami\_za\_granica\_2015-2020.pdf (дата звернення: 09.05.2022).
5. Strategia Polskiej Polityki Zagranicznej. *Ministerstwo Spraw Zagranichnych.* URL: https://www.gov.pl/attachment/8196524f-687b-40e6-aca8-82c53ff8e6db (дата звернення: 09.05.2022).

**Література**

1. Акайомова А. Особливості іміджу як складової політичного маркетингу. *Політичний менеджмент*. 2010. № 1. С. 54–60.
2. Балабанов К., Трофименко М. «Публічна дипломатія» як відповідь на виклики сучасності. *Україна дипломатична.* 2013. Вип. 14. С. 989–1021.
3. Баладинська І. Культурна політика Польщі в стосунку до сучасної України. [*Studia politologica Ucraino-Polona*](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=JUU_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=IJ=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%96100964). 2013. Вип. 3. С. 209–217.
4. Басенко Я. Культурна дипломатія в Європі. URL: http://oaji.net/articles/2015/294-1441278936.pdf (дата звернення: 09.05.2022).
5. Бєлєй С. І. Публічна дипломатія держав середньої сили в сучасних міжнародних відносинах: досвід Канади та Нідерландів. URL: http://lib.chdu.edu.ua/pdf/naukpraci/politics/2012/197-185-14.pdf (дата звернення: 09.05.2022).
6. Бовин А. Ведущие тенденции развития международных отношений. *Международная жизнь.* 2004. № 4–5. С. 172–183.
7. Богатуров А. Д. Системная история международных отношений в четырех томах. Москва : НОФМО, 2004. 2087 с.
8. Богородецька О. І., Лажнік В. Й. Сучасний стан і географія партнерської співпраці міста Луцька з містами-побратимами. *Науковий вісник Волинського національного університету ім. Лесі України. Серія : Географічні науки.* 2009. № 8. С. 125–135.
9. Бондаренко В. О., Литвиненко О. В. Інформаційні впливи та інформаційні операції. *Стратегічна панорама*. 1999. № 4. С. 134–140.
10. Буглай Н. М. Формування зовнішньополітичної стратегії та реалізація пріоритетних напрямів зовнішньої політики Республіки Польща (1995–2005 рр.) : дис. … д-ра іст. наук : 07.00.02 / Інститут історії України. Київ, 2018. 493 с.
11. Буглай Н. Формування позитивного іміджу Польщі на міжнародній арені. *Науковий вісник НМУ імені В. О. Сухомлинськго. Історичні науки.* 2016. № 2 (42). С. 94–98.
12. Буров Н. Специфіка публічної дипломатії Республіки Польща в Європейському Союзі. *Травневі студії 2021: історія, політологія, міжнародні відносини* : зб. мат-лів ІІІ Міжн. наук. конф. студ. та мол. вч. 2021. С. 153–156. URL: https://jts.donnu.edu.ua/article/view/10917 (дата звернення: 08.05.2022).
13. Бублик Л. Імідж – по-польськи «візерунок». Як Польща підносить себе за кордоном. *Інформаційне агентство «УНІАН»*. URL: http://www.unian.ua/common/387060-imidj-popolski-vizerunok-yak-polscha-pidnosit-sebe-za-kordonom.html (дата звернення: 09.05.2022).
14. Бьюкенен П. Дж. Смерть Запада. Москва : АСТ, 2003. 444 с.
15. Валевський О. Порядок денний державної культурної політики в умовах зовнішньої агресії. Аналітична записка*. Національний інститут стратегічних досліджень при Президентові України*. URL: http://www.niss.gov.ua/articles/1872/ (дата звернення: 09.05.2022).
16. Ващенко Н. М. Місце України в європейському інформаційному просторі: проблеми та перспективи інтеграції. *Ученые записки Таврического национального университета имени В. И. Вернадского. Серия : Филология. Социальные коммуникации*. 2006. Том 19 (58) № 5. С. 18–23.
17. Вербицька Г. Міжнародний імідж України: проблеми та шляхи реформування. *Український інформаційний простір*. URL: http://ijimv.knukim.edu.ua/zbirnyk/1\_2/1-verbytska.pdf (дата звернення: 09.05.2022).
18. Ворожеина Я. А. Геополитическая картина мира современной Польши: балтийское измерение. *Балтийский регион-регион сотрудничества. Регионы в условиях глобальных изменений.* URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=44353079 (дата звернення: 10.05.2022).
19. Галумов А. Э. Перспективы публичной дипломатии и имиджа ЕС в России. URL: https://nbpublish.com/library\_get\_pdf.php?id=21311 (дата звернення: 10.05.2022).
20. Гарник Л. П. Публічна дипломатія: історія, практика та відповідальність перед суспільством. *Міжнародна конференція «Духовно-моральнісні основи та відповідальність особистості у долі людської цивілізації».* НТУ «ХПІ», 2015. С. 81–90.
21. Гловацька С. І., Іваницька О. П. Публічна дипломатія як фактор поглиблення відносин між державами на сучасному етапі (на прикладі України). *Історія, філософія, право.* URL: https://jvestnik-sss.donnu.edu.ua/article/view/5448/5475 (дата звернення: 08.05.2022).
22. Гнатюк С. Формування позитивного міжнародного іміджу Української держави в інформаційному просторі. Аналітична записка. *Національний інститут стратегічних досліджен при Президентові України*. URL: http://old.niss.gov.ua/monitor/December2009/02.htm (дата звернення: 09.05.2022).
23. Горбанюк О., Размус В., Богуш М. Імідж України на тлі інших держав у світлі концепції «особистості країни». *Соціальна психологія*. 2010. № 3. С. 75–90.
24. Гуцал С. Публічна дипломатія як сучасний пріоритет зовнішньої політики держави. *Стратегічні пріоритети.* 2010. №3 (16). С. 106–112.
25. Децик О. П. Інституціональна взаємодія як специфічна особливість сфери публічної дипломатії. *Право та державне управління*. 2020. № 1. С. 98–106.
26. Дубас О. П. Імідж держави в інформаційно-комунікаційному просторі: особливості формування. *Сучасні політичні технології. Вісник СевНТУ* : зб. наук. пр. Вип. 112/2010. Серія: Політологія. Севастополь, 2010. С. 167–170.
27. Еремина Н. Польша, Литва и Украина объединились против Союзного государства. URL: https://eurasia.expert/polsha-litva-i-ukraina-obedinilis-protiv-soyuznogo-gosudarstva/ (дата звернення: 10.05.2022).
28. Заболотна О., Суржикова О. Народна дипломатія. *Пам’ять століть.* 2006. № 5. С. 163–169.
29. Закоморна О., Рудь В. «Народна дипломатія» як інструмент інтеграції України до Європейського Союзу. *Державне будівництво та місцеве самоврядування*. 2013. Вип. 25. С. 137–149.
30. Зевелев И. А., Троицкий М. А. Сила и влияние в американо-российских отношениях. Семиотический анализ. Москва : НОФМО, 2006. 73 с.
31. Зубик О. Імідж України: погляд з-за меж. *Всеукраїнська експертна мережа*. URL: http://www.experts.in.ua/baza/analitic/index.php? ELEMENT\_ID=11063 (дата звернення: 09.05.2022).
32. Иванов В. Г., Иванова М. Г. «Charts power» – страновые рейтинги как экономическое оружие и инструмент мягкой силы. *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия «Политология».* 2015. № 2. С. 36–51.
33. Ільницька У. Інформаційний суверенітет України: проблеми збереження в умовах активізації зовнішньої інформаційної експансії та зростання інформаційних загроз*. Європейська інтеграція та національна ідентичність: інституційний і ціннісний виміри* : матеріали ІІ українсько-польського наукового форуму (12–13 травня 2016, Львів). Львів-Olsztyn: «ПП Сорока Т.Б.», 2016. С. 407–411.
34. Іщенко М., П’єцух О. Імідж України в контексті глобальних трансформаційних процесів*. Політичний менеджмент*. 2008. №4 (31). С. 154–162.
35. Карпчук Н. П. Публічна дипломатія Польщі як чинник європейської інтеграції. *International relations, part “Political sciences”.* 2017. № 15. URL:http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol\_n/article/viewFile/3129/2810 (дата звернення: 08.05.2022).
36. Качинська Н. О. Публічна дипломатія як тактика формування привабливого іміджу держави на міжнародній арені*. Вісник Маріупольського державного університету. Серія : історія, політологія*. 2011. Вип. 2. С. 89–95.
37. Каштан Т. В. Формування міжнародного іміджу України на основі PRпрограм. *Психолінгвістика*. 2000. Вип.6. С.177–182.
38. Косолапов Н. А. «Мягкая сила» Республики Польша в контексте формирования восточного вектора внешней политики (на примере Украины и Республики Беларусь). *Вопросы безопасности*. 2016. № 2. С. 43–55. URL: https://nbpublish.com/library\_read\_article.php?id=18581 (дата звернення: 10.05.2022).
39. Костров В. Культурна дипломатія України: чому не використовуємо резерви? *Віче.* 2016. № 14. URL: http://www.viche.info/journal/5266/ (дата звернення: 09.05.2022).
40. Кузьміна А., Мельник Г. Публічна дипломатія як інструмент просування позитивного іміджу Республіки Польща. *Міжнародні відносини: історія, теорія, практика* : мат-ли ІІІ Міжн. наук.-практ. конф. (30 червня 2021 року). Суми : ФОП Цьома С. М., 2021. С. 168–170.
41. Кукалець О. Є. Публічна дипломатія в теорії міжнародних відносин. *Наукові записки студентів та аспірантів. Серія «Міжнародні відносини».* Острог, 2020. Вип. 5. С. 141–147.
42. Лазоркина О. Институты культурной дипломатии Республики Польша. *Журнал международного права и международных отношений.* 2012. № 3. URL: http://evolutio.info/ru/journal-menu/2012-3/2012-3-lazorkina (дата звернення: 10.05.2022).
43. Літературна премія імені Дж. Конрада. *Польський інститут у Києві.* URL: https://instytutpolski.pl/kyiv/%D0%BF%D1%80%D0%B5%D0%BC%D1%96%D1%97/%D0%BF%D1%80%D0%B5%D0%BC%D1%96%D1%8F-%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%80%D0%B0%D0%B4%D0%B0/ (дата звернення: 11.05.2022).
44. Мателешко Ю. П. «М’яка сила» Польщі в Україні: освітні та культурні інструменти. *Збірник наукових праць «Гілея: науковий вісник».* 2019. Вип. 150. С. 90–94.
45. Мельникова М. И. Публичная дипломатия как инструмент внешней политики в современных международных отношениях. ФГБОУ ВО «Уральский государственный педагогический университет» Институт социального образования Кафедра рекламы и связей с общественностью, 2018, 127 с. URL: http://elar.uspu.ru/bitstream/uspu/9293/2/Melnikova.pdf (дата звернення: 10.05.2022).
46. Недопитанський М. Імідж країни – це дуже серйозно. *Віче*. 2002. № 2 (119). С. 28–30.
47. Никифорова Г. Ю., Мазуренко А. В. Брендинг и публичная дипломатия как факторы устойчивого развития территории в условиях глобализации. *Проблемы современной экономики.* 2013. № 8. С. 187–189.
48. Обрінська О. К. Неурядові організації в Україні: тенденції розвитку та перспективи використання іноземного досвіду. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2008. Вип.78 (Ч.ІІ). С. 85–90.
49. Ожеван М. А. Основні напрями зовнішніх інформаційноманіпулятивних впливів на суспільні трансформації в Україні: засоби протидії. *Стратегічні пріоритети*: наук.-аналіт. щокв. зб. / Нац. ін-т. стратегічних дослідж. Київ : НІСД, 2011. № 3 (20). С.118–126.
50. Окуньовська Ю. В. Вплив неурядових організацій Польщі на формування громадянського суспільства в Україні. *Актуальні проблеми політики.* 2017. Вип. 60. С. 125–133.
51. Ошитко О. Сучасні тенденції міжкультурного співробітництва в Європі. *Віче.* URL: http://www.viche.info/journal/2519/ (дата звернення: 09.05.2022).
52. Павлов Д. Політична пропаганда: до визначення поняття. *Гілея: науковий вісник*. 2013. Вип. 79. С. 328–331.
53. Пахлова С. Є. Специфіка публічного управління у сфері культури: український та європейський досвід. *Теорія та практика державного управління*. 2010. Вип. 4. С.343–350.
54. Перебийніс Є. Роль та місце публічної дипломатії у забезпеченні національних інтересів держави. *Україна дипломатична*. 2013. Вип. 14. С. 915–925.
55. Польські університети об’єднуються для підтримки біженців з України. URL: https://icd.kpi.ua/?p=11192 (дата звернення: 11.05.2022).
56. «Понад 1000 євро в місяць» – як українським науковцям допомагають продовжити діяльність у Польщі. URL: https://zahid.espreso.tv/ponad-1000-evro-v-misyats-yak-ukrainskim-naukovtsyam-dopomagayut-prodovzhiti-diyalnist-u-polshchi (дата звернення: 11.05.2022).
57. Поспєхова Г. Фактори формування міжнародного іміджу України. *Державне управління та місцеве самоврядування.* 2013. Вип.1(16). С.133–138.
58. Процюк М. В. Основні підходи до розкриття змісту поняття «м’яка сила» та її інструментів у науковій думці сучасної Польщі. *Актуальні проблеми міжнародних відносин.* 2015. Вип. 126 (Ч. ІІ). С. 45–53.
59. Процюк М. В. Публічна дипломатія як зовнішньополітичний пріоритет Республіки Польща. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 22. Політичні науки та методика викладання соціально-політичних дисциплін.* 2016. Вип. 19. С. 147–152.
60. Процюк М. В. Публічна та культурна дипломатія як засіб «м’якої сили» України: запозичені моделі, реальні кроки та стратегічні пріоритети. *Зовнішня політика і дипломатія: традиція, тренди, досвід. Серія «Політичні науки».* Ч. ІІ.С. 21–28.
61. Процюк М. В. Роль публічної дипломатії у сучасних українсько-польських відносинах : дис. канд. політ. наук : 23.00.04 / Чернівецький нац. ун-т ім. Ю. Федьковича. Чернівці, 2017. 225 с.
62. Родькин П. Визуальная политика. Фирменный стиль России. Москва : Совпадение, 2007. 160 с.
63. Розумна О. Досвід функціонування європейських інститутів культурної дипломатії: висновки для України. Аналітична записка. *Національний інститут стратегічних досліджень при Президентові України*. URL: http://www.niss.gov.ua/articles/1649/ (дата звернення: 09.05.2022).
64. Руднєва В. Публічна дипломатія : теоретичні основи застосування нової інформаційно-комунікаційної технології в державному управлінні. *Вісник Національної академії державного управління при Президентові України*. 2012. Вип.1. С. 147–153.
65. Сербіна Н. Ф., Кучмій О. П. Культурна дипломатія як інструмент зовнішньої політики сучасної європейської держави. *Актуальні проблеми міжнародних відносин.* 2011. Вип. 100(1). С. 122–131.
66. Смаглій К. Нова доба публічної та культурної дипломатії України. *Агора* : зб. наук. ст. Вип. 16. Зброя та культура як чинники зовнішньої політики України / Відп. ред. К. Смаглій. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2016. С. 5–10.
67. Смирнов Н. А. Роль публичной дипломатии в современных политических процессах : автореф. дисс. канд. полит. наук : спец. 23.00.02 «Политические институты, процессы и технологии». Москва, 2017. 28 с.
68. Старостіна А., Кравченко В., Личова Г. Міжнародний імідж країни: сутність, фактори формування, рівні сприйняття. *Маркетинг в Україні*. 2010. № 4. С. 61–66.
69. Сухорольська І. Заходи громадської дипломатії іноземних держав як засіб впливу на масову аудиторію в Україні. *Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку*. 2014. Вип.26. С. 141–148.
70. Тєлєтов О., Косолап Н. Особливості та перспективи маркетингу туристичних послуг в Україні. URL: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/journals/2012/1/21-34 (дата звернення: 09.05.2022).
71. Тищенко-Тишковець О. Публічна дипломатія як форма «м’якої» сили у міжнародних відносинах: визначення, цілі, моделі. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. Вип.78, ч.ІІ. Київ : Вид-во ІМВ. 2008. С. 141–146.
72. Толокольнікова К. 2015 рік: як змінився імідж України в іноземних ЗМІ. *Media Sapiens*. URL: http://osvita.mediasapiens.ua/media\_law/government/2015\_rik\_yak\_z minivsya\_imidzh\_ukraini\_v\_inozemnikh\_zmi/ (дата звернення: 09.05.2022).
73. Филимонов Г. Ю. Внешняя культурная политика США как компонент «мягкой силы» : дисс. канд. полит. наук. Москва, 2007. URL: https://www.dissercat.com/content/vneshnyaya-kulturnaya-politika-ssha-kak-komponent-myagkoi-sily (дата звернення: 08.05.2022).
74. Цветкова Н. А. Концепция «культурного империализма» в отечественной и зарубежной американистике. *Североамериканские исследования в Санкт-Петербургском государственном университете*: Материалы конференции, посвященные 10-летию кафедры североамериканских исследований / отв. ред. Б. А. Ширяев. СПб. : Изд-во СПбГУ, 2006. С. 124–128.
75. Ціватий В. Г. Культурна дипломатія Республіки Польща: інституційний та іміджевий аспект. *Науковий вісник Дипломатичної академії України.* 2012. Вип. 19. С. 295–302.
76. Ціватий В. Публічна дипломатія: традиції, тренди та виклики (досвід і пріоритети для України). *Зовнішні справи.* URL: http://uaforeignaffairs.com/ua/ekspertnadumka/view/article/publichna-diplomatija-tradiciji-trendi-ta-vikliki-dosv/ (дата звернення: 09.05.2022).
77. Чепелик О. Культурна дипломатія сьогодні: досвід, виклики та перспективи в парадигмі «музей і соціум». *Агора* : зб. наук. ст. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2015. Вип. 14. Музеї та культурна дипломатія / відп. ред. К. Смаглій, Н. Мусієнко. С. 101–105.
78. Шамборовський Г., Мусієнко Н. Завдання і можливості культурної дипломатії у розвитку сучасної держави та інститутів громадянського суспільства в Україні. *Агора* : зб. наук. ст. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2015. Вип. 14. Музеї та культурна дипломатія / відп. ред. К. Смаглій, Н. Мусієнко. С. 91–100.
79. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием / пер. с англ. ; науч. ред. Я. Н. Засурский. Москва : Мысль, 1980. 326 с.
80. Шевченко О. В. Вплив діяльності стратегічної ради з публічної дипломатії та її партнерських організацій на підтримку міжнародного бренду Великої Британії. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. Вип.70. Ч.ІІ. 2007. С. 45–55.
81. Щурко О. Міжнародний образ України: проблеми формування та трансформації. *Политические реалии и перспективы Украины*. 2007. С. 55–61.
82. Anholt-GfK Roper Nation Brands Index. URL: http://www.gfkamerica.com/practice\_areas/roper\_pam/placebranding/nbi/index.en.html (дата звернення: 08.05.2022).
83. Antoniuk N., Papish N. Współpraca transgraniczna jako czynnik transformacji międzynarodowych funkcji granicy ukraińsko-polskiej. *Pogranicze. Polish Borderlands Studies.* 2014. T.2, nr. 1. S. 61–73.
84. Białkowska E. Sport – instrument służący kreacji wizerunku państwa na arenie międzynarodowej. URL: http://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.desklight48fd3e69-315f-4799-8823-7fcb295cbe4f/c/Bialkowska-E.-Sport-instrumentkreowania-wizerunku.pdf (дата звернення: 08.05.2022).
85. Bartniński J. Stereotypy mieszkają w języku. *Studia etnolingwistyczne*. Lublin : Wydawnictwo UMCS, 2007. 360 s.
86. Chimiak G. From Solidarność to Global Solidarity? The Engagement of Polish Civil Society in Development Cooperation*. Studia Socjologiczne*. 2016. № 3 (222). P. 165–198.
87. Chomsky N. The Cold War and the University toward an Intellectual History of the Postwar Years. New York : New Press, 1997. 304 р.
88. Cowan G., Arsenault А. Moving from Monologue to Dialogue to Collaboration: The Three Layers of Public Diplomacy. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*. 2008. Vol. 616. № 1. P. 10–30.
89. Cull N. J. Public Diplomacy: Lessons from the Past. Los Angeles : Figueroa Press, 2009. 62 р.
90. Dale H. C. Public Diplomacy 2.0: Where the U.S. Government Meets “New Media*”. Backgrounder*. 2009. December 8. № 2346. P. 1–11. URL: http://s3.amazonaws.com/thf\_media/2009/pdf/bg2346.pdf (дата звернення: 08.05.2022).
91. Dinnie K. Nation Branding: Concepts, Issues, Practice. Oxford : Elsevier, 2007. 200 р.
92. Faliński S. Współpraca międzynarodowa samorządów terytorialnych. Wymiana i konkurencja. Środowiska i formy promocji Polski na świecie. *Studia i analizy dyplomacji kulturalnej i publicznej*. Warszawa, 2011. S. 35–40.
93. Fomina J., Ryabińska N. Po drugiej stronie lustra. Obraz Polski w ukraińskich mediach. *Instytut Spraw Publicznych*. URL: https://depot.ceon.pl/bitstream/handle/123456789/2075/Wizerunek%20Polski% 20i%20Polakow\_Fomina\_Ryabinska\_2011.pdf?sequence=1 (дата звернення: 08.05.2022).
94. Fan Y. Branding the Nation: Towards a Better Understanding. *Place Branding and Public Diplomacy.* 2010. Vol. 6. № 2. P. 97–103.
95. Filipek K. Nowa geopolityka sieciowa. *Geopolityka.net. Polski Portal o Geopolityce*. URL: http://geopolityka.net/nowa-geopolityka-sieciowa/ (дата звернення: 08.05.2022).
96. Gawroński S. Dyplomacja publiczna – komunikowanie międzynarodowe na usługach brandingu narodowego. *Kwartalnik Internetowy «Komunikacja Społeczna».* 2012. № 1. S. 50–61.
97. Gilboa E. Diplomacy in the Media Age: Three models of Uses and Effects. *Diplomacy and Statecraft.* 2001. Vol. 12. № 2. P. 1–28.
98. Higher Education and Public Diplomacy: An Interview with Patricia de Stacy Harrison. *Voices*. 2008. September-October. P. 16–20. URL: http://www.nafsa.org/\_/File/\_/ie\_sepoct08\_voices.pdf (дата звернення: 08.05.2022).
99. Hollander P. Anti-Americanism: Critiques at Home and Abroad, 1965–1990. New York : Oxford University Press, 1992. 544 р.
100. International Communication and the New Diplomacy / ed. A. S. Hoffman. Bloomington : Indiana University Press, 1968. 206 р.
101. Johann M. Kreowanie wizerunku Polski jako celu podróży turystycznych. *Centrum Europejskie Uniwersytetu Warszawskiego*. URL: http://www.ce.uw.edu.pl/pliki/pw/maria\_johann.pdf (дата звернення: 08.05.2022).
102. Kawałko B. Wybrane problemy polsko-ukraińskiej wspólpracy transgranicznej. *Barometr Reginalny*. 2011. № 2 (24). S. 1–26.
103. Kelley J. R. Between «Take-offs» and «Crash Landings»: Situational Aspects of Public Diplomacy. *Routledge Handbook of Public Diplomacy* / eds. N. Snow, P. M. Taylor. New York : Rougledge, 2009. P. 74.
104. Khatib L., Dutton W. H., Thelwall М. Public Diplomacy 2.0: A Case Study of the US Digital Outreach Team. *Middle East Journal*. 2012. Vol. 66. № 3. P. 453–472.
105. Kieliszewski P., Poprawski M. Instytucje publiczne i dyplomacja kuturalna. Potencjały i wyzwania. *Zarządzanie Publiczne.* 2009. № 3(9). S. 19–32.
106. Kobierecki M. Polityka sportowa i polityka sportu w świetle naukowego piśmiennictwa anglosaskiego. *Athenaeum*. 2014. Vol. 43. S. 125–144.
107. Konieczna-Sałamatin J. Coraz dalsi sąsiedzi? Wizerunek Polski i Polaków na Ukrainie. *Instytut Spraw Publicznych*. URL: http://www.archiwum.isp.org.pl/publikacja/wyszukiwarka/1429/znajdz (дата звернення: 08.05.2022).
108. Kroes R. Cultural Transmissions and Receptions: American Mass Culture in Europe. Amsterdam : University of Amsterdam Press, 1993. 333 p.
109. Lasch Ch. The Agony of American Left. New York : Knopf, 1969; Idem. The Cultural Cold War. *The Nation.* 1967. 11 September. P 98.
110. Leashing the Dogs of War: Conflict Management in a Divided World / eds. C. A. Crocker, F. O. Hampson; P. R. Aall. Washington : United States Institute of Peace Press, 2007. 800 р.
111. Leonard M., Stead С., Smewing С. Public Diplomacy. London : The Foreign Policy Centre, 2002. 101 р.
112. Liczner J. Po rewolucji pomaranczowej. Relacje UE – Ukraina do wiosny 2006 roku. URL: http://www.batory.org.pl/upload/files/pdf/orange\_pl.pdf (дата звернення: 08.05.2022).
113. Matsevko I. Wizerunek Polski i Polaka we współczesnej historiografii ukraińskiej, w podręcznikach oraz świadomości obywateli. *Muzeum Historii Polski*. URL: http://belfer.muzhp.pl/index.php?module=details&id=94 (дата звернення: 08.05.2022).
114. Mattern J .B. Why Soft Power Isn’t So Soft: Representational Force and the Sociolinguistic Construction of attraction in World Politics. *Millennium: Journal of International Studies*. 2005. Vol. 33 № 3. P. 583–612.
115. Mikułowski J. Międzynarodowość jako płaszczyzna komunikacji. Katedra Stosunków Europejskich Akademii Ekonomicznej w Krakowie. *Euro-lines*. Numer 1 (5). Styczeń 2005. S. 1–13.
116. Miłoszewska D. Europejska soft power w kontekście rozważań Josepha Nye’a. URL: https://repozytorium.amu.edu.pl/bitstream/10593/959/1/ Europejska%20soft%20 power.pdf (дата звернення: 08.05.2022).
117. Miłoszewska D. «Wielka gra» w rozważaniach Josepha Nye’a. URL: https://repozytorium.amu.edu.pl/bitstream/10593/965/1/Wielka%20Gra.pdf (дата звернення: 08.05.2022).
118. Ministerstwo Spraw Zagranichnych. URL: https://www.gov.pl/web/dyplomacja (дата звернення: 10.05.2022).
119. Nye J. Bound to Lead: The Changing Nature of American Power. New York : Basic Books, 1990. 336 p.
120. Nye J. Soft Power: the means to success in World Politics. N.Y. : Perseus Publishing, 2004. 191 p.
121. Ociepka B. Miękka siła i dyplomacja publiczna Polski. Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR. Warszawa, 2013. 322 s.
122. Quirin A. Branding Narodowy – co to jest? Uwagi do toczącej sie dyskucji. *Athenaeum. Polskie Studia Politilogiczne*. 2016. Vol.49. S. 78–97.
123. Poiger U. Beyond “Modernization” and “Colonization”. *Diplomatic History*. 1999. Vol. 23. № 1. P. 45–55.
124. Potocki R., Miłoszewska D. Rola soft power w środowisku międzynarodowym. URL: https://repozytorium.amu.edu.pl/bitstream/10593/966/1/Soft%20power.pdf (дата звернення: 08.05.2022).
125. Prokop M. Stereortyp Ukraińca w Polskim tygodniku «Polityka» oraz obraz Polaka na łamach «Dzerkało Tyżnia» Ukraina. *Warmińsko-Mazurski Kwartalnik Naukowy. Nauki Społeczne*. URL: http://www.kwartalnik.wsiie.olsztyn.pl/sites/default/files/kwartalnik/2013/3/Kwarta lnik3\_2013\_5.pdf (дата звернення: 08.05.2022).
126. Public diplomacy report 2013-2014. Ministry of Foreign Affairs of Poland, Department of Public and Cultural Diplomacy. Warsaw, 2015. 100 p.
127. Raftowicz-Filipkiewicz M. Efekty polityki brandingu narodowego w Polsce. URL: http://www.bibliotekacyfrowa.pl/Content/27793/ 07\_Magdalena\_Raftowicz\_Fili pkiewicz.pdf (дата звернення: 08.05.2022).
128. Riordan S. Dialogue-based Public Diplomacy: a New Foreign Policy Paradigm? The Hague : Netherlands Institute of International Relations ‘Clingendael’, 2004. 17 р.
129. Ryniejska-Kiełdanowicz M. Cultural Diplomacy as a Form of International Communication. *Institute for Public Relations*. URL: http://www.instituteforpr.org/wpcontent/uploads/Ryniejska\_Kieldanowicz.pdf (дата звернення: 08.05.2022).
130. Sadłocha J. Pomiędzy miękką a twardą siłą: smart power. *Wrocławskie studia politilogiczne.* 2012. № 13. S. 37–46.
131. Sharma Y. Higher Education as Soft Power in the Age of Autonomy. *University World News*. 2013. 8 March. № 262. URL: http://www.universityworldnews.com/article.php?story=20130308145531673 (дата звернення: 08.05.2022).
132. Shcherba H. Polityka regionalna a współpraca transgraniczna w kontekście integracji Ukrainy w europejski obszar socjalny. *Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy*. 2010. № 16. S. 455–467.
133. Siewierska-Chmaj A. Mit polityczny jako narzędzie dyplomacji publicznej i element stosunków międzynarodowych. *Kultura i Polityka.* 2015. № 17. S. 52–64.
134. Signitzer B. H., Coombs Т. Public Relations and Public Diplomacy: Conceptual Convergences. *Public Relations Review.* 1992. Vol. 18. № 2. P. 137–148.
135. Smoczyński W. Nasz wizerunek za granicą. Polska: kraj bez twarzy*. Polityka.pl*. URL: http://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/kraj/295379,1,nasz-wizerunekza-granica.read (дата звернення: 08.05.2022).
136. Staniszkis J. O władzy i bezsilności. Kraków : Wydawnictwo Literackie, 2006. 257 s.
137. Stemplowski R. Wprowadzenie do analizy polityki zagranicznej RP. *Polski Instytut Spraw Międzynarodowych*. Warszawa, 2007. S. 199–200.
138. Szcepaniuk C. Восточное партнерство: победа или поражение Польши? URL: https://eastbook.eu/ru/2017/08/11/vostochnoe-partnerstvo-pobeda-ili-porazhenie/ (дата звернення: 10.05.2022).
139. Szondi G. Public Diplomacy and Nation Branding: Conceptual Similarities and Differences. The Hague : Netherlands Institute of International Relations ‘Clingendael’, 2008. P. 15.
140. Szpakowski K. Polskie stereotypy na przykładzie stosunków z Ukrainą. *Portal Spraw Zagranicznych*. URL: http://www.psz.pl/168-archiwum/krzysztof-szpakowski-polskiestereotypy-na-przykladzie-stosunkow-z-ukraina (дата звернення: 08.05.2022).
141. Talik M. Rada promocji Polski będzie wspierać projekt ESK 2016. URL: https://www.wroclaw.pl/esk-2016-trzy-miesiace-z-europejska-stolica-kultury (дата звернення: 10.05.2022).
142. The Harper Dictionary of Modern Thought / eds. A. Bullock, O. Stallybrass. New York : Harper & Row, 1977. 684 р.
143. Tondera J. Między swoim a obcym. Trudności adaptacyjne młodzieży ukraińskiej w Polsce. *Європейська інтеграція та національна ідентичність: інституційний і ціннісний виміри* : матеріали ІІ українсько-польського наукового форуму (12–13 травня 2016, Львів). Львів-Olsztyn: «ПП Сорока Т.Б.», 2016. С. 265–268.
144. U.S. Official Talks to Alhurra about New Communication Hub in the UAE. *Broadcasting Board of Governors*. 2015. July 10. URL: http://www.bbg.gov/blog/2015/07/10/u-s-official-talksto-alhurra-about-new-communication-hub-in-the-uae (дата звернення: 08.05.2022).
145. What is Public Diplomacy? *United States Information Agency Alumni Association*. URL: http://www.publicdiplomacy.org/1.htm (дата звернення: 08.05.2022).
146. Wiatr J. Publiczny wymiar dyplomacji. *Polski Przegląd Dyplomatyczny*. 2003. № 5. S. 63–64.
147. Wojciuk A. Dylemat potęgi. Praktyczna teoria stosunków międzynarodowych. Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego. Warszawa, 2010. S. 9–10.
148. Zalas-Kamińska K. The role of Polish Non-Governmental Organizations in Development Aid and the Polish Model of Public Diplomacy. *International Conference. A Vision of Development Cooperation for a Changing World*. October 16-17, 2013. Bratislava, Slovakia. S. 169–178.
149. Zielińska K. Development Diplomacy. Development Aid as a Part of Public Diplomacy in the Pursuit of Foreign Policy Aims: Theoretical and Practical Considerations. *Historia i Polityka*. 2016. № 16 (23). P. 9–26.
150. Ziętek A. Dyplomacja publiczna Polski. *Annales. Universitatis Mariae Curie. Lublin – Polonia. Sectio K* / Wydział Politologii UMCS. 2010. VOL. XVII, I. S. 65–83.
1. What is Public Diplomacy? *United States Information Agency Alumni Association*. URL: http://www.publicdiplomacy.org/1.htm (дата звернення: 08.05.2022). [↑](#footnote-ref-1)
2. International Communication and the New Diplomacy / ed. A. S. Hoffman. Bloomington : Indiana University Press, 1968. 206 р. [↑](#footnote-ref-2)
3. Hollander P. Anti-Americanism: Critiques at Home and Abroad, 1965–1990. New York : Oxford University Press, 1992. 544 р. [↑](#footnote-ref-3)
4. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием / пер. с англ. ; науч. ред. Я. Н. Засурский. Москва : Мысль, 1980. 326 с. [↑](#footnote-ref-4)
5. Poiger U. Beyond “Modernization” and “Colonization”. *Diplomatic History*. 1999. Vol. 23. № 1. P. 45– 55. [↑](#footnote-ref-5)
6. Kroes R. Cultural Transmissions and Receptions: American Mass Culture in Europe. Amsterdam : University of Amsterdam Press, 1993. 333 p. [↑](#footnote-ref-6)
7. Lasch Ch. The Agony of American Left. New York : Knopf, 1969; Idem. The Cultural Cold War. *The Nation.* 1967. 11 September. P 98. [↑](#footnote-ref-7)
8. Chomsky N. The Cold War and the University toward an Intellectual History of the Postwar Years. New York : New Press, 1997. 304 р. [↑](#footnote-ref-8)
9. The Harper Dictionary of Modern Thought / eds. A. Bullock, O. Stallybrass. New York : Harper & Row, 1977. 684 р. [↑](#footnote-ref-9)
10. Филимонов Г. Ю. Внешняя культурная политика США как компонент «мягкой силы» : дисс. канд. полит. наук. Москва, 2007. URL: https://www.dissercat.com/content/vneshnyaya-kulturnaya-politika-ssha-kak-komponent-myagkoi-sily (дата звернення: 08.05.2022). [↑](#footnote-ref-10)
11. Цветкова Н. А. Концепция «культурного империализма» в отечественной и зарубежной американистике. *Североамериканские исследования в Санкт-Петербургском государственном университете*: Материалы конференции, посвященные 10-летию кафедры североамериканских исследований / отв. ред. Б. А. Ширяев. СПб. : Изд-во СПбГУ, 2006. С. 124–128. [↑](#footnote-ref-11)
12. Смирнов Н. А. Роль публичной дипломатии в современных политических процессах : автореф. дисс. канд. полит. наук : спец. 23.00.02 «Политические институты, процессы и технологии». Москва, 2017. С. 5. [↑](#footnote-ref-12)
13. Nye J. Bound to Lead: The Changing Nature of American Power. New York : Basic Books, 1990. 336 p. [↑](#footnote-ref-13)
14. Mattern J .B. Why Soft Power Isn’t So Soft: Representational Force and the Sociolinguistic Construction of attraction in World Politics. *Millennium: Journal of International Studies*. 2005. Vol. 33 № 3. P. 583–612. [↑](#footnote-ref-14)
15. Зевелев И. А., Троицкий М. А. Сила и влияние в американо-российских отношениях. Семиотический анализ. Москва : НОФМО, 2006. 73 с. [↑](#footnote-ref-15)
16. Signitzer B. H., Coombs Т. Public Relations and Public Diplomacy: Conceptual Convergences. *Public Relations Review.* 1992. Vol. 18. № 2. P. 137–148. [↑](#footnote-ref-16)
17. Gilboa E. Diplomacy in the Media Age: Three models of Uses and Effects. *Diplomacy and Statecraft.* 2001. Vol. 12. № 2. P. 1–28. [↑](#footnote-ref-17)
18. Смирнов Н. А. Роль публичной дипломатии... С. 6. [↑](#footnote-ref-18)
19. Leonard M., Stead С., Smewing С. Public Diplomacy. London : The Foreign Policy Centre, 2002. 101 р. [↑](#footnote-ref-19)
20. Riordan S. Dialogue-based Public Diplomacy: a New Foreign Policy Paradigm? The Hague : Netherlands Institute of International Relations ‘Clingendael’, 2004. 17 р. [↑](#footnote-ref-20)
21. Kelley J. R. Between «Take-offs» and «Crash Landings»: Situational Aspects of Public Diplomacy. *Routledge Handbook of Public Diplomacy* / eds. N. Snow, P. M. Taylor. New York : Rougledge, 2009. P. 74. [↑](#footnote-ref-21)
22. Cowan G., Arsenault А. Moving from Monologue to Dialogue to Collaboration: The Three Layers of Public Diplomacy. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*. 2008. Vol. 616. № 1. P. 10–30. [↑](#footnote-ref-22)
23. Anholt-GfK Roper Nation Brands Index. URL: http://www.gfkamerica.com/practice\_areas/roper\_pam/placebranding/nbi/index.en.html (дата звернення: 08.05.2022). [↑](#footnote-ref-23)
24. Fan Y. Branding the Nation: Towards a Better Understanding. *Place Branding and Public Diplomacy.* 2010. Vol. 6. № 2. P. 97–103. [↑](#footnote-ref-24)
25. Szondi G. Public Diplomacy and Nation Branding: Conceptual Similarities and Differences. The Hague : Netherlands Institute of International Relations ‘Clingendael’, 2008. P. 15. [↑](#footnote-ref-25)
26. Dinnie K. Nation Branding: Concepts, Issues, Practice. Oxford : Elsevier, 2007. 200 р. [↑](#footnote-ref-26)
27. Иванов В. Г., Иванова М. Г. «Charts power» – страновые рейтинги как экономическое оружие и инструмент мягкой силы. *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия «Политология».* 2015. № 2. С. 36–51. [↑](#footnote-ref-27)
28. Cull N. J. Public Diplomacy: Lessons from the Past. Los Angeles : Figueroa Press, 2009. 62 р. [↑](#footnote-ref-28)
29. Dale H. C. Public Diplomacy 2.0: Where the U.S. Government Meets “New Media*”. Backgrounder*. 2009. December 8. № 2346. P. 1–11. URL: http://s3.amazonaws.com/thf\_media/2009/pdf/bg2346.pdf (дата звернення: 08.05.2022). [↑](#footnote-ref-29)
30. Khatib L., Dutton W. H., Thelwall М. Public Diplomacy 2.0: A Case Study of the US Digital Outreach Team. *Middle East Journal*. 2012. Vol. 66. № 3. P. 453–472. [↑](#footnote-ref-30)
31. Higher Education and Public Diplomacy: An Interview with Patricia de Stacy Harrison. *Voices*. 2008. September-October. P. 16–20. URL: http://www.nafsa.org/\_/File/\_/ie\_sepoct08\_voices.pdf (дата звернення: 08.05.2022). [↑](#footnote-ref-31)
32. Sharma Y. Higher Education as Soft Power in the Age of Autonomy. *University World News*. 2013. 8 March. № 262. URL: http://www.universityworldnews.com/article.php?story=20130308145531673 (дата звернення: 08.05.2022). [↑](#footnote-ref-32)
33. U.S. Official Talks to Alhurra about New Communication Hub in the UAE. *Broadcasting Board of Governors*. 2015. July 10. URL: http://www.bbg.gov/blog/2015/07/10/u-s-official-talksto-alhurra-about-new-communication-hub-in-the-uae (дата звернення: 08.05.2022). [↑](#footnote-ref-33)
34. Leashing the Dogs of War: Conflict Management in a Divided World / eds. C. A. Crocker, F. O. Hampson; P. R. Aall. Washington : United States Institute of Peace Press, 2007. 800 р. [↑](#footnote-ref-34)
35. Бьюкенен П. Дж. Смерть Запада. Москва : АСТ, 2003. 444 с. [↑](#footnote-ref-35)
36. Смирнов Н. А. Роль публичной дипломатии... С. 4. [↑](#footnote-ref-36)
37. Ziętek A. Dyplomacja publiczna Polski. *Annales. Universitatis Mariae Curie. Lublin – Polonia. Sectio K* / Wydział Politologii UMCS. 2010. VOL. XVII, I. S. 65–83. [↑](#footnote-ref-37)
38. Miłoszewska D. «Wielka gra» w rozważaniach Josepha Nye’a. URL: https://repozytorium.amu.edu.pl/bitstream/10593/965/1/Wielka%20Gra.pdf (дата звернення: 08.05.2022); Miłoszewska D. Europejska soft power w kontekście rozważań Josepha Nye’a. URL: https://repozytorium.amu.edu.pl/bitstream/10593/959/1/Europejska%20soft%20 power.pdf (дата звернення: 08.05.2022). [↑](#footnote-ref-38)
39. Ryniejska-Kiełdanowicz M. Cultural Diplomacy as a Form of International Communication. *Institute for Public Relations*. URL: http://www.instituteforpr.org/wpcontent/uploads/Ryniejska\_Kieldanowicz.pdf (дата звернення: 08.05.2022). [↑](#footnote-ref-39)
40. Kieliszewski P., Poprawski M. Instytucje publiczne i dyplomacja kuturalna. Potencjały i wyzwania. *Zarządzanie Publiczne.* 2009. № 3(9). S. 19–32. [↑](#footnote-ref-40)
41. Sadłocha J. Pomiędzy miękką a twardą siłą: smart power. *Wrocławskie studia politilogiczne.* 2012. № 13. S. 37–46. [↑](#footnote-ref-41)
42. Potocki R., Miłoszewska D. Rola soft power w środowisku międzynarodowym. URL: https://repozytorium.amu.edu.pl/bitstream/10593/966/1/Soft%20power.pdf (дата звернення: 08.05.2022). [↑](#footnote-ref-42)
43. Siewierska-Chmaj A. Mit polityczny jako narzędzie dyplomacji publicznej i element stosunków międzynarodowych. *Kultura i Polityka.* 2015. № 17. S. 52–64. [↑](#footnote-ref-43)
44. Filipek K. Nowa geopolityka sieciowa. *Geopolityka.net. Polski Portal o Geopolityce*. URL: http://geopolityka.net/nowa-geopolityka-sieciowa/ (дата звернення: 08.05.2022). [↑](#footnote-ref-44)
45. Wiatr J. Publiczny wymiar dyplomacji. *Polski Przegląd Dyplomatyczny*. 2003. № 5. S. 63–64. [↑](#footnote-ref-45)
46. Gawroński S. Dyplomacja publiczna – komunikowanie międzynarodowe na usługach brandingu narodowego. *Kwartalnik Internetowy «Komunikacja Społeczna».* 2012. № 1. S. 50–61. [↑](#footnote-ref-46)
47. Zalas-Kamińska K. The role of Polish Non-Governmental Organizations in Development Aid and the Polish Model of Public Diplomacy. *International Conference. A Vision of Development Cooperation for a Changing World*. October 16-17, 2013. Bratislava, Slovakia. S. 169–178. [↑](#footnote-ref-47)
48. Quirin A. Branding Narodowy – co to jest? Uwagi do toczącej sie dyskucji. *Athenaeum. Polskie Studia Politilogiczne*. 2016. Vol.49. S. 78–97. [↑](#footnote-ref-48)
49. Mikułowski J. Międzynarodowość jako płaszczyzna komunikacji. Katedra Stosunków Europejskich Akademii Ekonomicznej w Krakowie. *Euro-lines*. Numer 1 (5). Styczeń 2005. S. 1–13. [↑](#footnote-ref-49)
50. Raftowicz-Filipkiewicz M. Efekty polityki brandingu narodowego w Polsce. URL: http://www.bibliotekacyfrowa.pl/Content/27793/07\_Magdalena\_Raftowicz\_Fili pkiewicz.pdf (дата звернення: 08.05.2022). [↑](#footnote-ref-50)
51. Ociepka B. Miękka siła i dyplomacja publiczna Polski. Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR. Warszawa, 2013. 322 s. [↑](#footnote-ref-51)
52. Wojciuk A. Dylemat potęgi. Praktyczna teoria stosunków międzynarodowych. Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego. Warszawa, 2010. S. 9–10. [↑](#footnote-ref-52)
53. Stemplowski R. Wprowadzenie do analizy polityki zagranicznej RP. *Polski Instytut Spraw Międzynarodowych*. Warszawa, 2007. S. 199–200. [↑](#footnote-ref-53)
54. Kawałko B. Wybrane problemy polsko-ukraińskiej wspólpracy transgranicznej. *Barometr Reginalny*. 2011. № 2 (24). S. 1–26. [↑](#footnote-ref-54)
55. Antoniuk N., Papish N. Współpraca transgraniczna jako czynnik transformacji międzynarodowych funkcji granicy ukraińsko-polskiej. *Pogranicze. Polish Borderlands Studies.* 2014. T.2, nr. 1. S. 61–73. [↑](#footnote-ref-55)
56. Shcherba H. Polityka regionalna a współpraca transgraniczna w kontekście integracji Ukrainy w europejski obszar socjalny. *Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy*. 2010. № 16. S. 455–467. [↑](#footnote-ref-56)
57. Faliński S. Współpraca międzynarodowa samorządów terytorialnych. Wymiana i konkurencja. Środowiska i formy promocji Polski na świecie. *Studia i analizy dyplomacji kulturalnej i publicznej*. Warszawa, 2011. S. 35–40. [↑](#footnote-ref-57)
58. Liczner J. Po rewolucji pomaranczowej. Relacje UE – Ukraina do wiosny 2006 roku. URL: http://www.batory.org.pl/upload/files/pdf/orange\_pl.pdf (дата звернення: 08.05.2022). [↑](#footnote-ref-58)
59. Matsevko I. Wizerunek Polski i Polaka we współczesnej historiografii ukraińskiej, w podręcznikach oraz świadomości obywateli. *Muzeum Historii Polski*. URL: http://belfer.muzhp.pl/index.php?module=details&id=94 (дата звернення: 08.05.2022). [↑](#footnote-ref-59)
60. Prokop M. Stereortyp Ukraińca w Polskim tygodniku «Polityka» oraz obraz Polaka na łamach «Dzerkało Tyżnia» Ukraina. *Warmińsko-Mazurski Kwartalnik Naukowy. Nauki Społeczne*. URL: http://www.kwartalnik.wsiie.olsztyn.pl/sites/default/files/kwartalnik/2013/3/Kwarta lnik3\_2013\_5.pdf (дата звернення: 08.05.2022). [↑](#footnote-ref-60)
61. Smoczyński W. Nasz wizerunek za granicą. Polska: kraj bez twarzy*. Polityka.pl*. URL: http://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/kraj/295379,1,nasz-wizerunekza-granica.read (дата звернення: 08.05.2022). [↑](#footnote-ref-61)
62. Tondera J. Między swoim a obcym. Trudności adaptacyjne młodzieży ukraińskiej w Polsce. *Європейська інтеграція та національна ідентичність: інституційний і ціннісний виміри* : матеріали ІІ українсько-польського наукового форуму (12–13 травня 2016, Львів). Львів-Olsztyn: «ПП Сорока Т.Б.», 2016. С. 265–268. [↑](#footnote-ref-62)
63. Fomina J., Ryabińska N. Po drugiej stronie lustra. Obraz Polski w ukraińskich mediach. *Instytut Spraw Publicznych*. URL: https://depot.ceon.pl/bitstream/handle/123456789/2075/Wizerunek%20Polski% 20i%20Polakow\_Fomina\_Ryabinska\_2011.pdf?sequence=1 (дата звернення: 08.05.2022). [↑](#footnote-ref-63)
64. Szpakowski K. Polskie stereotypy na przykładzie stosunków z Ukrainą. *Portal Spraw Zagranicznych*. URL: http://www.psz.pl/168-archiwum/krzysztof-szpakowski-polskiestereotypy-na-przykladzie-stosunkow-z-ukraina (дата звернення: 08.05.2022). [↑](#footnote-ref-64)
65. Bartniński J. Stereotypy mieszkają w języku. *Studia etnolingwistyczne*. Lublin : Wydawnictwo UMCS, 2007. 360 s. [↑](#footnote-ref-65)
66. Johann M. Kreowanie wizerunku Polski jako celu podróży turystycznych. *Centrum Europejskie Uniwersytetu Warszawskiego*. URL: http://www.ce.uw.edu.pl/pliki/pw/maria\_johann.pdf (дата звернення: 08.05.2022). [↑](#footnote-ref-66)
67. Konieczna-Sałamatin J. Coraz dalsi sąsiedzi? Wizerunek Polski i Polaków na Ukrainie. *Instytut Spraw Publicznych*. URL: http://www.archiwum.isp.org.pl/publikacja/wyszukiwarka/1429/znajdz (дата звернення: 08.05.2022). [↑](#footnote-ref-67)
68. Kobierecki M. Polityka sportowa i polityka sportu w świetle naukowego piśmiennictwa anglosaskiego. *Athenaeum*. 2014. Vol. 43. S. 125–144. [↑](#footnote-ref-68)
69. Białkowska E. Sport – instrument służący kreacji wizerunku państwa na arenie międzynarodowej. URL: http://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.desklight48fd3e69-315f-4799-8823-7fcb295cbe4f/c/Bialkowska-E.-Sport-instrumentkreowania-wizerunku.pdf (дата звернення: 08.05.2022). [↑](#footnote-ref-69)
70. Zielińska K. Development Diplomacy. Development Aid as a Part of Public Diplomacy in the Pursuit of Foreign Policy Aims: Theoretical and Practical Considerations. *Historia i Polityka*. 2016. № 16 (23). P. 9–26. [↑](#footnote-ref-70)
71. Chimiak G. From Solidarność to Global Solidarity? The Engagement of Polish Civil Society in Development Cooperation*. Studia Socjologiczne*. 2016. № 3 (222). P. 165–198. [↑](#footnote-ref-71)
72. Staniszkis J. O władzy i bezsilności. Kraków : Wydawnictwo Literackie, 2006. 257 s. [↑](#footnote-ref-72)
73. Балабанов К., Трофименко М. «Публічна дипломатія» як відповідь на виклики сучасності. *Україна дипломатична.* 2013. Вип. 14. С. 989–1021. [↑](#footnote-ref-73)
74. Гарник Л. П. Публічна дипломатія: історія, практика та відповідальність перед суспільством. *Міжнародна конференція «Духовно-моральнісні основи та відповідальність особистості у долі людської цивілізації».* НТУ «ХПІ», 2015. С. 81–90. [↑](#footnote-ref-74)
75. Гуцал С. Публічна дипломатія як сучасний пріоритет зовнішньої політики держави. *Стратегічні пріоритети.* 2010. №3 (16). С. 106–112. [↑](#footnote-ref-75)
76. Заболотна О., Суржикова О. Народна дипломатія. *Пам’ять століть.* 2006. № 5. С. 163–169. [↑](#footnote-ref-76)
77. Перебийніс Є. Роль та місце публічної дипломатії у забезпеченні національних інтересів держави. *Україна дипломатична*. 2013. Вип. 14. С. 915–925. [↑](#footnote-ref-77)
78. Руднєва В. Публічна дипломатія : теоретичні основи застосування нової інформаційно-комунікаційної технології в державному управлінні. *Вісник Національної академії державного управління при Президентові України*. 2012. Вип.1. С. 147–153. [↑](#footnote-ref-78)
79. Тищенко-Тишковець О. Публічна дипломатія як форма «м’якої» сили у міжнародних відносинах: визначення, цілі, моделі. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. Вип.78, ч.ІІ. Київ : Вид-во ІМВ. 2008. С. 141–146. [↑](#footnote-ref-79)
80. Закоморна О., Рудь В. «Народна дипломатія» як інструмент інтеграції України до Європейського Союзу. *Державне будівництво та місцеве самоврядування*. 2013. Вип. 25. С. 137–149. [↑](#footnote-ref-80)
81. Бєлєй С. І. Публічна дипломатія держав середньої сили в сучасних міжнародних відносинах: досвід Канади та Нідерландів. URL: http://lib.chdu.edu.ua/pdf/naukpraci/politics/2012/197-185-14.pdf (дата звернення: 09.05.2022). [↑](#footnote-ref-81)
82. Сухорольська І. Заходи громадської дипломатії іноземних держав як засіб впливу на масову аудиторію в Україні. *Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку*. 2014. Вип.26. С. 141–148. [↑](#footnote-ref-82)
83. Ціватий В. Публічна дипломатія: традиції, тренди та виклики (досвід і пріоритети для України). *Зовнішні справи.* URL: http://uaforeignaffairs.com/ua/ekspertnadumka/view/article/publichna-diplomatija-tradiciji-trendi-ta-vikliki-dosv/ (дата звернення: 09.05.2022); Ціватий В. Г. Культурна дипломатія Республіки Польща: інституційний та іміджевий аспект. *Науковий вісник Дипломатичної академії України.* 2012. Вип. 19. С. 295–302. [↑](#footnote-ref-83)
84. Смаглій К. Нова доба публічної та культурної дипломатії України. *Агора* : зб. наук. ст. Вип. 16. Зброя та культура як чинники зовнішньої політики України / Відп. ред. К. Смаглій. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2016. С. 5–10. [↑](#footnote-ref-84)
85. Шевченко О. В. Вплив діяльності стратегічної ради з публічної дипломатії та її партнерських організацій на підтримку міжнародного бренду Великої Британії. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. Вип.70. Ч.ІІ. 2007. С. 45–55. [↑](#footnote-ref-85)
86. Баладинська І. Культурна політика Польщі в стосунку до сучасної України. [*Studia politologica Ucraino-Polona*](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=JUU_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=IJ=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%96100964)*.* 2013. Вип. 3. С. 209–217.  [↑](#footnote-ref-86)
87. Буглай Н. М. Формування зовнішньополітичної стратегії та реалізація пріоритетних напрямів зовнішньої політики Республіки Польща (1995–2005 рр.) : дис. … д-ра іст. наук : 07.00.02 / Інститут історії України. Київ, 2018. 493 с.; Буглай Н. Формування позитивного іміджу Польщі на міжнародній арені. *Науковий вісник НМУ імені В. О. Сухомлинськго. Історичні науки.* 2016. № 2 (42). С. 94–98. [↑](#footnote-ref-87)
88. Буров Н. Специфіка публічної дипломатії Республіки Польща в Європейському Союзі. *Травневі студії 2021: історія, політологія, міжнародні відносини* : зб. мат-лів ІІІ Міжн. наук. конф. студ. та мол. вч. 2021. С. 153–156. URL: https://jts.donnu.edu.ua/article/view/10917 (дата звернення: 08.05.2022). [↑](#footnote-ref-88)
89. Басенко Я. Культурна дипломатія в Європі. URL: http://oaji.net/articles/2015/294-1441278936.pdf (дата звернення: 09.05.2022). [↑](#footnote-ref-89)
90. Валевський О. Порядок денний державної культурної політики в умовах зовнішньої агресії. Аналітична записка*. Національний інститут стратегічних досліджень при Президентові України*. URL: http://www.niss.gov.ua/articles/1872/ (дата звернення: 09.05.2022). [↑](#footnote-ref-90)
91. Карпчук Н. П. Публічна дипломатія Польщі як чинник європейської інтеграції. *International relations, part “Political sciences”.* 2017. № 15. URL:http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol\_n/article/viewFile/3129/2810 (дата звернення: 08.05.2022). [↑](#footnote-ref-91)
92. Кузьміна А., Мельник Г. Публічна дипломатія як інструмент просування позитивного іміджу Республіки Польща. *Міжнародні відносини: історія, теорія, практика* : мат-ли ІІІ Міжн. наук.-практ. конф. (30 червня 2021 року). Суми : ФОП Цьома С. М., 2021. С. 168–170. [↑](#footnote-ref-92)
93. Костров В. Культурна дипломатія України: чому не використовуємо резерви? *Віче.* 2016. № 14. URL: http://www.viche.info/journal/5266/ (дата звернення: 09.05.2022). [↑](#footnote-ref-93)
94. Мателешко Ю. П. «М’яка сила» Польщі в Україні: освітні та культурні інструменти. *Збірник наукових праць «Гілея: науковий вісник».* 2019. Вип. 150. С. 90–94. [↑](#footnote-ref-94)
95. Окуньовська Ю. В. Вплив неурядових організацій Польщі на формування громадянського суспільства в Україні. *Актуальні проблеми політики.* 2017. Вип. 60. С. 125–133. [↑](#footnote-ref-95)
96. Процюк М. В. Основні підходи до розкриття змісту поняття «м’яка сила» та її інструментів у науковій думці сучасної Польщі. *Актуальні проблеми міжнародних відносин.* 2015. Вип. 126 (Ч. ІІ). С. 45–53; Процюк М. В. Публічна та культурна дипломатія як засіб «м’якої сили» України: запозичені моделі, реальні кроки та стратегічні пріоритети. *Зовнішня політика і дипломатія: традиція, тренди, досвід. Серія «Політичні науки».* Ч. ІІ.С. 21–28; Процюк М. В. Роль публічної дипломатії у сучасних українсько-польських відносинах : дис. канд. політ. наук : 23.00.04 / Чернівецький нац. ун-т ім. Ю. Федьковича. Чернівці, 2017. 225 с. [↑](#footnote-ref-96)
97. Розумна О. Досвід функціонування європейських інститутів культурної дипломатії: висновки для України. Аналітична записка. *Національний інститут стратегічних досліджень при Президентові України*. URL: http://www.niss.gov.ua/articles/1649/ (дата звернення: 09.05.2022). [↑](#footnote-ref-97)
98. Сербіна Н. Ф., Кучмій О. П. Культурна дипломатія як інструмент зовнішньої політики сучасної європейської держави. Актуальні проблеми міжнародних відносин. 2011. Вип. 100(1). С. 122–131. [↑](#footnote-ref-98)
99. Чепелик О. Культурна дипломатія сьогодні: досвід, виклики та перспективи в парадигмі «музей і соціум». *Агора* : зб. наук. ст. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2015. Вип. 14. Музеї та культурна дипломатія / відп. ред. К. Смаглій, Н. Мусієнко. С. 101–105. [↑](#footnote-ref-99)
100. Шамборовський Г., Мусієнко Н. Завдання і можливості культурної дипломатії у розвитку сучасної держави та інститутів громадянського суспільства в Україні. *Агора* : зб. наук. ст. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2015. Вип. 14. Музеї та культурна дипломатія / відп. ред. К. Смаглій, Н. Мусієнко. С. 91–100. [↑](#footnote-ref-100)
101. Ошитко О. Сучасні тенденції міжкультурного співробітництва в Європі. *Віче.* URL: http://www.viche.info/journal/2519/ (дата звернення: 09.05.2022). [↑](#footnote-ref-101)
102. Пахлова С. Є. Специфіка публічного управління у сфері культури: український та європейський досвід. *Теорія та практика державного управління*. 2010. Вип. 4. С. 343–350. [↑](#footnote-ref-102)
103. Акайомова А. Особливості іміджу як складової політичного маркетингу. *Політичний менеджмент*. 2010. № 1. С. 54–60. [↑](#footnote-ref-103)
104. Дубас О.П. Імідж держави в інформаційно-комунікаційному просторі: особливості формування. *Сучасні політичні технології. Вісник СевНТУ* : зб. наук. пр. Вип. 112/2010. Серія: Політологія. Севастополь, 2010. С. 167–170. [↑](#footnote-ref-104)
105. Недопитанський М. Імідж країни – це дуже серйозно. *Віче*. 2002. № 2 (119). С. 28–30. [↑](#footnote-ref-105)
106. Старостіна А., Кравченко В., Личова Г. Міжнародний імідж країни: сутність, фактори формування, рівні сприйняття. *Маркетинг в Україні*. 2010. № 4. С. 61–66. [↑](#footnote-ref-106)
107. Вербицька Г. Міжнародний імідж України: проблеми та шляхи реформування. *Український інформаційний простір*. URL: http://ijimv.knukim.edu.ua/zbirnyk/1\_2/1-verbytska.pdf (дата звернення: 09.05.2022). [↑](#footnote-ref-107)
108. Бублик Л. Імідж – по-польськи «візерунок». Як Польща підносить себе за кордоном. *Інформаційне агентство «УНІАН»*. URL: http://www.unian.ua/common/387060-imidj-popolski-vizerunok-yak-polscha-pidnosit-sebe-za-kordonom.html (дата звернення: 09.05.2022). [↑](#footnote-ref-108)
109. Каштан Т. В. Формування міжнародного іміджу України на основі PRпрограм. *Психолінгвістика*. 2000. Вип.6. С.177–182. [↑](#footnote-ref-109)
110. Качинська Н. О. Публічна дипломатія як тактика формування привабливого іміджу держави на міжнародній арені*. Вісник Маріупольського державного університету. Серія : історія, політологія*. 2011. Вип. 2. С. 89–95. [↑](#footnote-ref-110)
111. Поспєхова Г. Фактори формування міжнародного іміджу України. *Державне управління та місцеве самоврядування.* 2013. Вип.1(16). С.133–138. [↑](#footnote-ref-111)
112. Толокольнікова К. 2015 рік: як змінився імідж України в іноземних ЗМІ. *Media Sapiens*. URL: http://osvita.mediasapiens.ua/media\_law/government/2015\_rik\_yak\_z minivsya\_imidzh\_ukraini\_v\_inozemnikh\_zmi/ (дата звернення: 09.05.2022). [↑](#footnote-ref-112)
113. Щурко О. Міжнародний образ України: проблеми формування та трансформації. *Политические реалии и перспективы Украины*. 2007. С. 55–61. [↑](#footnote-ref-113)
114. Зубик О. Імідж України: погляд з-за меж. *Всеукраїнська експертна мережа*. URL: http://www.experts.in.ua/baza/analitic/index.php?ELEMENT\_ID=11063 (дата звернення: 09.05.2022). [↑](#footnote-ref-114)
115. Гнатюк С. Формування позитивного міжнародного іміджу Української держави в інформаційному просторі. Аналітична записка. *Національний інститут стратегічних досліджен при Президентові України*. URL: http://old.niss.gov.ua/monitor/December2009/02.htm (дата звернення: 09.05.2022). [↑](#footnote-ref-115)
116. Горбанюк О., Размус В., Богуш М. Імідж України на тлі інших держав у світлі концепції «особистості країни». *Соціальна психологія*. 2010. № 3. С. 75–90. [↑](#footnote-ref-116)
117. Іщенко М., П’єцух О. Імідж України в контексті глобальних трансформаційних процесів*. Політичний менеджмент*. 2008. №4 (31). С. 154–162. [↑](#footnote-ref-117)
118. Бондаренко В. О., Литвиненко О. В. Інформаційні впливи та інформаційні операції. *Стратегічна панорама*. 1999. № 4. С. 134–140. [↑](#footnote-ref-118)
119. Ващенко Н. М. Місце України в європейському інформаційному просторі: проблеми та перспективи інтеграції. *Ученые записки Таврического национального университета имени В. И. Вернадского. Серия : Филология. Социальные коммуникации*. 2006. Том 19 (58) № 5. С. 18–23. [↑](#footnote-ref-119)
120. Богородецька О. І., Лажнік В. Й. Сучасний стан і географія партнерської співпраці міста Луцька з містами-побратимами. *Науковий вісник Волинського національного університету ім. Лесі України. Серія : Географічні науки.* 2009. № 8. С. 125–135. [↑](#footnote-ref-120)
121. Ільницька У. Інформаційний суверенітет України: проблеми збереження в умовах активізації зовнішньої інформаційної експансії та зростання інформаційних загроз*. Європейська інтеграція та національна ідентичність: інституційний і ціннісний виміри* : матеріали ІІ українсько-польського наукового форуму (12–13 травня 2016, Львів). Львів-Olsztyn: «ПП Сорока Т.Б.», 2016. С. 407–411. [↑](#footnote-ref-121)
122. Обрінська О. К. Неурядові організації в Україні: тенденції розвитку та перспективи використання іноземного досвіду. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2008. Вип.78 (Ч.ІІ). С. 85–90. [↑](#footnote-ref-122)
123. Ожеван М. А. Основні напрями зовнішніх інформаційноманіпулятивних впливів на суспільні трансформації в Україні: засоби протидії. *Стратегічні пріоритети*: наук.-аналіт. щокв. зб. / Нац. ін-т. стратегічних дослідж. Київ : НІСД, 2011. № 3 (20). С. 118–126. [↑](#footnote-ref-123)
124. Тєлєтов О., Косолап Н. Особливості та перспективи маркетингу туристичних послуг в Україні. URL: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/journals/2012/1/21-34 (дата звернення: 09.05.2022). [↑](#footnote-ref-124)
125. Павлов Д. Політична пропаганда: до визначення поняття. *Гілея: науковий вісник*. 2013. Вип. 79. С. 328–331. [↑](#footnote-ref-125)
126. Priorytety Polskiej Polityki Zagranicznej. 2012–2016. *Ministerstwo Spraw Zagranichnych.* URL: https://www.bbn.gov.pl/download/1/9620/prpol.pdf (дата звернення: 09.05.2022). [↑](#footnote-ref-126)
127. Strategia Polskiej Polityki Zagranicznej. *Ministerstwo Spraw Zagranichnych.* URL: https://www.gov.pl/attachment/8196524f-687b-40e6-aca8-82c53ff8e6db (дата звернення: 09.05.2022). [↑](#footnote-ref-127)
128. Rządowy program współpracy z Polonią i polakami za granicą w latach 2015-2020. *Ministerstwo Spraw Zagranichnych.* URL: https://www.gov.pl/documents/1149181/1150183/Rzadowy\_program\_wspolpracy \_z\_Polonia\_i\_Polakami\_za\_granica\_2015-2020.pdf (дата звернення: 09.05.2022). [↑](#footnote-ref-128)
129. Marka Polska. Koncepcia. Dokument stanowi Załącznik do Uchwały Nr 8 Międzyresortowego Zespołu do spraw Promocji Polski za granicą z 27 lutego 2018 r. URL: http://orka2.sejm.gov.pl/INT8.nsf/klucz/ATTB95JVM/$FILE/z08247-o1\_3.pdf (дата звернення: 10.05.2022). [↑](#footnote-ref-129)
130. Процюк М. В. Роль публічної дипломатії у сучасних українсько-польських відносинах : дис. канд. політ. наук : 23.00.04 / Чернівецький нац. ун-т ім. Ю. Федьковича. Чернівці, 2017. С. 57. [↑](#footnote-ref-130)
131. Богатуров А. Д. Системная история международных отношений в четырех томах. Москва : НОФМО, 2004. 2087 с. [↑](#footnote-ref-131)
132. Бовин А. Ведущие тенденции развития международных отношений. *Международная жизнь.* 2004. № 4–5. С. 172–183. [↑](#footnote-ref-132)
133. Мельникова М. И. Публичная дипломатия как инструмент внешней политики в современных международных отношениях. ФГБОУ ВО «Уральский государственный педагогический университет» Институт социального образования Кафедра рекламы и связей с общественностью, 2018. 127 с. URL: http://elar.uspu.ru/bitstream/uspu/9293/2/Melnikova.pdf (дата звернення: 10.05.2022). [↑](#footnote-ref-133)
134. Мельникова М. И. Публичная дипломатия как инструмент… URL: http://elar.uspu.ru/bitstream/uspu/9293/2/Melnikova.pdf (дата звернення: 10.05.2022). [↑](#footnote-ref-134)
135. Мельникова М. И. Публичная дипломатия как инструмент… URL: http://elar.uspu.ru/bitstream/uspu/9293/2/Melnikova.pdf (дата звернення: 10.05.2022). [↑](#footnote-ref-135)
136. Цветкова Н. А. Концепция «культурного империализма»… С. 124–128. [↑](#footnote-ref-136)
137. Родькин П. Визуальная политика. Фирменный стиль России. Москва : Совпадение, 2007. С. 22. [↑](#footnote-ref-137)
138. Никифорова Г. Ю., Мазуренко А. В. Брендинг и публичная дипломатия как факторы устойчивого развития территории в условиях глобализации. *Проблемы современной экономики.* 2013. № 8. С. 188. [↑](#footnote-ref-138)
139. Nye J. Soft Power: the means to success in World Politics. N.Y. : Perseus Publishing, 2004. 191 p. [↑](#footnote-ref-139)
140. Ворожеина Я. А. Геополитическая картина мира современной Польши: балтийское измерение. *Балтийский регион-регион сотрудничества. Регионы в условиях глобальных изменений.* URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=44353079 (дата звернення: 10.05.2022). [↑](#footnote-ref-140)
141. Ворожеина Я. А. Геополитическая картина мира… URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=44353079 (дата звернення: 10.05.2022). [↑](#footnote-ref-141)
142. Ворожеина Я. А. Геополитическая картина мира… URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=44353079 (дата звернення: 10.05.2022). [↑](#footnote-ref-142)
143. Ворожеина Я. А. Геополитическая картина мира… URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=44353079 (дата звернення: 10.05.2022). [↑](#footnote-ref-143)
144. Ворожеина Я. А. Геополитическая картина мира… URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=44353079 (дата звернення: 10.05.2022). [↑](#footnote-ref-144)
145. Ворожеина Я. А. Геополитическая картина мира… URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=44353079 (дата звернення: 10.05.2022). [↑](#footnote-ref-145)
146. Talik M. Rada promocji Polski będzie wspierać projekt ESK 2016. URL: https://www.wroclaw.pl/esk-2016-trzy-miesiace-z-europejska-stolica-kultury (дата звернення: 10.05.2022). [↑](#footnote-ref-146)
147. Процюк М. В. Роль публічної дипломатії… С. 67. [↑](#footnote-ref-147)
148. Ministerstwo Spraw Zagranichnych. URL: https://www.gov.pl/web/dyplomacja (дата звернення: 10.05.2022). [↑](#footnote-ref-148)
149. Ministerstwo Spraw Zagranichnych. URL: https://www.gov.pl/web/dyplomacja (дата звернення: 10.05.2022). [↑](#footnote-ref-149)
150. Літературна премія імені Дж. Конрада. *Польський інститут у Києві.* URL: https://instytutpolski.pl/kyiv/%D0%BF%D1%80%D0%B5%D0%BC%D1%96%D1%97/%D0%BF%D1%80%D0%B5%D0%BC%D1%96%D1%8F-%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%80%D0%B0%D0%B4%D0%B0/ (дата звернення: 11.05.2022). [↑](#footnote-ref-150)
151. Мателешко Ю. П. «М’яка сила» Польщі в Україні: освітні та культурні інструменти. *Збірник наукових праць «Гілея: науковий вісник».* 2019. Вип. 150. С. 92. [↑](#footnote-ref-151)
152. Лазоркина О. Институты культурной дипломатии Республики Польша. *Журнал международного права и международных отношений.* 2012. № 3. URL: http://evolutio.info/ru/journal-menu/2012-3/2012-3-lazorkina (дата звернення: 10.05.2022). [↑](#footnote-ref-152)
153. Лазоркина О. Институты культурной дипломатии… URL: http://evolutio.info/ru/journal-menu/2012-3/2012-3-lazorkina (дата звернення: 10.05.2022). [↑](#footnote-ref-153)
154. Лазоркина О. Институты культурной дипломатии… URL: http://evolutio.info/ru/journal-menu/2012-3/2012-3-lazorkina (дата звернення: 10.05.2022). [↑](#footnote-ref-154)
155. Public diplomacy report 2013-2014. Ministry of Foreign Affairs of Poland, Department of Public and Cultural Diplomacy. Warsaw, 2015. 100 p. [↑](#footnote-ref-155)
156. Лазоркина О. Институты культурной дипломатии… URL: http://evolutio.info/ru/journal-menu/2012-3/2012-3-lazorkina (дата звернення: 10.05.2022). [↑](#footnote-ref-156)
157. Лазоркина О. Институты культурной дипломатии… URL: http://evolutio.info/ru/journal-menu/2012-3/2012-3-lazorkina (дата звернення: 10.05.2022). [↑](#footnote-ref-157)
158. Лазоркина О. Институты культурной дипломатии… URL: http://evolutio.info/ru/journal-menu/2012-3/2012-3-lazorkina (дата звернення: 10.05.2022). [↑](#footnote-ref-158)
159. Лазоркина О. Институты культурной дипломатии… URL: http://evolutio.info/ru/journal-menu/2012-3/2012-3-lazorkina (дата звернення: 10.05.2022). [↑](#footnote-ref-159)
160. Косолапов Н. А. «Мягкая сила» Республики Польша в контексте формирования восточного вектора внешней политики (на примере Украины и Республики Беларусь). *Вопросы безопасности*. 2016. № 2. С. 43–55. URL: https://nbpublish.com/library\_read\_article.php?id=18581 (дата звернення: 10.05.2022). [↑](#footnote-ref-160)
161. Косолапов Н. А. «Мягкая сила» Республики Польша… URL: https://nbpublish.com/library\_read\_article.php?id=18581 (дата звернення: 10.05.2022). [↑](#footnote-ref-161)
162. Косолапов Н. А. «Мягкая сила» Республики Польша… URL: https://nbpublish.com/library\_read\_article.php?id=18581 (дата звернення: 10.05.2022). [↑](#footnote-ref-162)
163. Косолапов Н. А. «Мягкая сила» Республики Польша… URL: https://nbpublish.com/library\_read\_article.php?id=18581 (дата звернення: 10.05.2022). [↑](#footnote-ref-163)
164. Косолапов Н. А. «Мягкая сила» Республики Польша… URL: https://nbpublish.com/library\_read\_article.php?id=18581 (дата звернення: 10.05.2022). [↑](#footnote-ref-164)
165. Косолапов Н. А. «Мягкая сила» Республики Польша… URL: https://nbpublish.com/library\_read\_article.php?id=18581 (дата звернення: 10.05.2022). [↑](#footnote-ref-165)
166. Косолапов Н. А. «Мягкая сила» Республики Польша… URL: https://nbpublish.com/library\_read\_article.php?id=18581 (дата звернення: 10.05.2022). [↑](#footnote-ref-166)
167. Косолапов Н. А. «Мягкая сила» Республики Польша… URL: https://nbpublish.com/library\_read\_article.php?id=18581 (дата звернення: 10.05.2022). [↑](#footnote-ref-167)
168. Косолапов Н. А. «Мягкая сила» Республики Польша… URL: https://nbpublish.com/library\_read\_article.php?id=18581 (дата звернення: 10.05.2022). [↑](#footnote-ref-168)
169. Польські університети об’єднуються для підтримки біженців з України. URL: https://icd.kpi.ua/?p=11192 (дата звернення: 11.05.2022). [↑](#footnote-ref-169)
170. «Понад 1000 євро в місяць» – як українським науковцям допомагають продовжити діяльність у Польщі. URL: https://zahid.espreso.tv/ponad-1000-evro-v-misyats-yak-ukrainskim-naukovtsyam-dopomagayut-prodovzhiti-diyalnist-u-polshchi (дата звернення: 11.05.2022). [↑](#footnote-ref-170)
171. Лазоркина О. Институты культурной дипломатии… URL: http://evolutio.info/ru/journal-menu/2012-3/2012-3-lazorkina (дата звернення: 10.05.2022). [↑](#footnote-ref-171)
172. Marka Polska. Koncepcia. Dokument stanowi Załącznik do Uchwały Nr 8 Międzyresortowego Zespołu do spraw Promocji Polski za granicą z 27 lutego 2018 r. URL: http://orka2.sejm.gov.pl/INT8.nsf/klucz/ATTB95JVM/$FILE/z08247-o1\_3.pdf (дата звернення: 10.05.2022). [↑](#footnote-ref-172)
173. Процюк М. В. Роль публічної дипломатії… С. 60. [↑](#footnote-ref-173)
174. Strategia Polskiej Polityki Zagranicznej. *Ministerstwo Spraw Zagranichnych.* URL: https://www.gov.pl/attachment/8196524f-687b-40e6-aca8-82c53ff8e6db (дата звернення: 09.05.2022). [↑](#footnote-ref-174)
175. Буглай Н. М. Формування зовнішньополітичної стратегії та реалізація пріоритетних напрямів зовнішньої політики Республіки Польща (1995–2005 рр.) : дис. … д-ра іст. наук : 07.00.02 / Інститут історії України. Київ, 2018. С. 142. [↑](#footnote-ref-175)
176. Буглай Н. М. Формування зовнішньополітичної стратегії… С. 142. [↑](#footnote-ref-176)
177. Буглай Н. М. Формування зовнішньополітичної стратегії… С. 143. [↑](#footnote-ref-177)
178. Буглай Н. М. Формування зовнішньополітичної стратегії… С. 143. [↑](#footnote-ref-178)
179. Буглай Н. М. Формування зовнішньополітичної стратегії… С. 143. [↑](#footnote-ref-179)
180. Буглай Н. М. Формування зовнішньополітичної стратегії… С. 143. [↑](#footnote-ref-180)
181. Буглай Н. М. Формування зовнішньополітичної стратегії… С. 143. [↑](#footnote-ref-181)
182. Буглай Н. М. Формування зовнішньополітичної стратегії… С. 143–144. [↑](#footnote-ref-182)
183. Буглай Н. М. Формування зовнішньополітичної стратегії… С. 144. [↑](#footnote-ref-183)
184. Szcepaniuk C. Восточное партнерство: победа или поражение Польши? URL: https://eastbook.eu/ru/2017/08/11/vostochnoe-partnerstvo-pobeda-ili-porazhenie/ (дата звернення: 10.05.2022). [↑](#footnote-ref-184)
185. Szcepaniuk C. Восточное партнерство… URL: https://eastbook.eu/ru/2017/08/11/vostochnoe-partnerstvo-pobeda-ili-porazhenie/ (дата звернення: 10.05.2022). [↑](#footnote-ref-185)
186. Szcepaniuk C. Восточное партнерство… URL: https://eastbook.eu/ru/2017/08/11/vostochnoe-partnerstvo-pobeda-ili-porazhenie/ (дата звернення: 10.05.2022). [↑](#footnote-ref-186)
187. Szcepaniuk C. Восточное партнерство… URL: https://eastbook.eu/ru/2017/08/11/vostochnoe-partnerstvo-pobeda-ili-porazhenie/ (дата звернення: 10.05.2022). [↑](#footnote-ref-187)
188. Szcepaniuk C. Восточное партнерство… URL: https://eastbook.eu/ru/2017/08/11/vostochnoe-partnerstvo-pobeda-ili-porazhenie/ (дата звернення: 10.05.2022). [↑](#footnote-ref-188)
189. Szcepaniuk C. Восточное партнерство… URL: https://eastbook.eu/ru/2017/08/11/vostochnoe-partnerstvo-pobeda-ili-porazhenie/ (дата звернення: 10.05.2022). [↑](#footnote-ref-189)
190. Szcepaniuk C. Восточное партнерство… URL: https://eastbook.eu/ru/2017/08/11/vostochnoe-partnerstvo-pobeda-ili-porazhenie/ (дата звернення: 10.05.2022). [↑](#footnote-ref-190)
191. Szcepaniuk C. Восточное партнерство… URL: https://eastbook.eu/ru/2017/08/11/vostochnoe-partnerstvo-pobeda-ili-porazhenie/ (дата звернення: 10.05.2022). [↑](#footnote-ref-191)
192. Szcepaniuk C. Восточное партнерство… URL: https://eastbook.eu/ru/2017/08/11/vostochnoe-partnerstvo-pobeda-ili-porazhenie/ (дата звернення: 10.05.2022). [↑](#footnote-ref-192)
193. Галумов А. Э. Перспективы публичной дипломатии и имиджа ЕС в России. URL: https://nbpublish.com/library\_get\_pdf.php?id=21311 (дата звернення: 10.05.2022). [↑](#footnote-ref-193)
194. Галумов А. Э. Перспективы публичной дипломатии… URL: https://nbpublish.com/library\_get\_pdf.php?id=21311 (дата звернення: 10.05.2022). [↑](#footnote-ref-194)
195. Галумов А. Э. Перспективы публичной дипломатии… URL: https://nbpublish.com/library\_get\_pdf.php?id=21311 (дата звернення: 10.05.2022). [↑](#footnote-ref-195)
196. Еремина Н. Польша, Литва и Украина объединились против Союзного государства. URL: https://eurasia.expert/polsha-litva-i-ukraina-obedinilis-protiv-soyuznogo-gosudarstva/ (дата звернення: 10.05.2022). [↑](#footnote-ref-196)
197. Еремина Н. Польша, Литва и Украина… URL: https://eurasia.expert/polsha-litva-i-ukraina-obedinilis-protiv-soyuznogo-gosudarstva/ (дата звернення: 10.05.2022). [↑](#footnote-ref-197)
198. Еремина Н. Польша, Литва и Украина… URL: https://eurasia.expert/polsha-litva-i-ukraina-obedinilis-protiv-soyuznogo-gosudarstva/ (дата звернення: 10.05.2022). [↑](#footnote-ref-198)
199. [↑](#footnote-ref-199)