

12. US vice president Joe Biden to lunch with Cameron today / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.telegraph.co.uk/news/politics/9849258/US-vice-president-Joe-Biden-to-lunch-with-Cameron-today.html>.

Лебеденко С. Б. Проблематика двусторонніх отношений США и Великобритании

В статье рассматриваются актуальные проблемы межгосударственных отношений США и Великобритании. В течение долгого времени главным союзником США на международной арене оставалось Соединенное Королевство, однако, сейчас в отношениях двух государств возникают определенные противоречия.

Ключевые слова: США, Великобритания, внешняя политика, международные отношения

Lebedenko S. The Issue of Bilateral Relations Between the USA and the Great Britain

The article deals with topical issues of interstate relations of the USA and the UK. For a long time the United Kingdom was the main US ally in the international arena, however, currently there are certain contradictions between two states.

Keywords: USA, UK, foreign policy, international relations

УДК 327.8(438)

Процюк М. В.

ПУБЛІЧНА ДИПЛОМАТІЯ ЯК ЗОВНІШНЬОПОЛІТИЧНИЙ ПРІОРИТЕТ РЕСПУБЛІКИ ПОЛЬЩА

У статті проаналізовано публічну дипломатію як зовнішньополітичний пріоритет Республіки Польща та його вплив на формування і підтримання позитивного іміджу держави на міжнародній арені. Простежується еволюція державного підходу до реалізації ідеї публічної дипломатії в урядових інституціях Польщі від 90-х рр. ХХ ст. і до сьогодення. У статті визначаються переваги і недоліки запозичення польського досвіду, спираючись на висновки Верховної контрольної палати Польщі.

Ключові слова: публічна дипломатія, «м'яка сила», культурна дипломатія, зовнішня політика Польщі, міжнародний імідж.

Польща як постсоціалістична держава значною мірою є прикладом для України щодо успішного проведення реформ перехідного періоду насамперед в економічній сфері. На шляху до євроінтеграції Україна нерідко звертається до досвіду своєї західної сусідки, яка пройшла схожий шлях і у 2004 р. стала членом Європейського Союзу. У польському поступі до лав «європейських демократій» і нині у плані позитивного позиціонування себе на міжнародній арені важливу роль відіграє ефективне застосування вагомого арсеналу інструментарію «м'якої сили», що знаходить вияв у стратегічно продуманій державній політиці у цій сфері. Значний поштовх до потужного теоретичного, концептуального й інституційного розвитку інструментів «м'якої сили» дало президентство Польщі у Раді ЄС у 2011 р. та проведення футбольного чемпіонату «Євро – 2012». Ці події розглядалися керівництвом держави як більш ніж вдала нагода вкотре заявити про себе на міжнародній арені та налагодити систему «м'якого» впливу на своїх іноземних партнерів.

Натомість Україна тривалий час не надавала належної уваги власній «м'якій силі», проводячи міжнародну співпрацю з іншими державами за старою, виробленою в радянські часи схемою у формі гуманітарного співробітництва. Лише події останніх років, зокрема, Євромайдан, «Революція гідності», анексія Криму та триваюча АТО на Сході зумовили зміну бачення українського керівництва у даному напрямі. Нарешті відбулася артикуляція ідеї «м'якої сили» у державні органи влади. Було створено Управління публічної дипломатії при Міністерстві закордонних справ України та заплановано відкриття Українського Інституту (чи Інституту Тараса Шевченка) при Міністерстві культури України. Видається, що таким

чином Україна намагається засобами «soft power» відповідати на «hard power» російської агресії, на відміну від «м'якої сили» Польщі, яка розвивалася у сприятливий (з точки зору мирної ситуації) час.

Тим не менше, досвід Польщі щодо втілення концепції «м'якої сили» та реалізації ідеї публічної та культурної дипломатії у зовнішній політиці країни є досить корисним для України. Враховуючи вищезазначене, актуальність теми даної наукової розвідки – «Публічна дипломатія як зовнішньополітичний пріоритет Республіки Польща» – не викликає сумніву. Мета дослідження полягає у спробі проаналізувати втілення концепції публічної дипломатії у зовнішню політику Польщі з точки зору інституційного аспекту.

Цій тематиці присвячували свої дослідження як українські, так і закордонні науковці. Зокрема, у Польщі в цьому контексті слід згадати доробок А. Жентек та Б. Очепки, в Білорусі – О. Лазоркіної та ін. На окрему увагу заслуговують дослідження українського науковця В. Ціватого з точки зору як теорії, так і практичного втілення у зовнішню політику концепції публічної дипломатії.

Зміни політичних, економічних і суспільних відносин, що відбулися у Польщі після розпаду соціалістичної системи, стали поштовхом до створення в рамках урядових структур нових компетентних підрозділів. Завдання деяких з них полягало у формуванні позитивного іміджу Польщі на міжнародній арені завдяки використанню публічної дипломатії.

Згідно з дефініцією, яку розміщено на офіційному сайті Міністерства закордонних справ Польщі, публічна дипломатія – це «сукупність дій стратегічного, концептуального, аналітичного, координаційного і виконавчого характеру з боку МЗС РП, які крізь призму формування суспільних відносин і громадської думки за кордоном впливають на реалізацію власних інтересів Польщі у світі з використанням знярядь і методів поза сферою традиційної дипломатії як виміру міждержавних відносин» [3].

На початку 1990-х рр. Польська держава мала виробити власну модель публічної дипломатії з урахуванням фінансових можливостей. Завдання полягало у визначенні стратегічних, довгострокових пріоритетів діяльності у цій галузі та балансування значної кількості дрібних проектів і невеликої кількості потужних заходів, які могли б привернули до себе увагу ЗМІ, стверджує В.Ціватий [9, с. 50], особливо на тодішньому етапі європейської та євроатлантичної інтеграції Польщі.

На противагу цій думці, польська дослідниця Б. Очепка зазначає, що поняття «публічної дипломатії» у практиці діяльності на міжнародній арені з'явилося на початку XXI ст., проте використовувалося досить рідко [4, с. 110].

У березні 2012 р. Рада Міністрів Польщі прийняла першу комплексну стратегію закордонної політики Польщі (передувала їй стратегія 1989 р.) – ключовий документ «Пріоритети польської закордонної політики», де визначено вектори польської дипломатії у перспективі до 2016 р. [3]. Згідно зі стратегією пріоритетами закордонної політики Польщі на окреслений період є: сильна Польща у сильному політичному союзі (ЄС); Польща як надійний союзник у стабільному євроатлантичному порядку; відкрита до різних вимірів регіональної співпраці Польща; стратегія польської співпраці з метою розвитку, промоції демократії і прав людини; промоція Польщі за кордоном; нова якість відносин з Полонією і поляками за кордоном; ефективна зовнішня служба [5]. Як бачимо, публічна дипломатія є тим інструментом, значення якого для цих пріоритетів важко переоцінити.

Сьогодні, пройшовши нелегкий еволюційний шлях, публічна дипломатія Польщі у своїй діяльності спирається на складну організаційну структуру, очолювану урядом – Радою Міністрів. Усі повноваження у зазначеній сфері розподілені в основному між Міністерством закордонних справ Польщі (МЗС), Міністерством культури і національної спадщини Польщі (далі МКіНС) та Міністерством спорту і туризму Польщі (а саме – Польською туристичною організацією). Якщо МЗС Польщі займається питаннями політичної, культурно-наукової співпраці і промоції, а також моніторингом закордонного іміджу держави, то у віданні МКіНС Польщі перебувають питання міжнародної культурної співпраці та реалізація міждисциплінарних культурних проектів [2, с. 77].

У цьому контексті під егідою МЗС за межами Польщі діють Польські інститути, культурні аташе, посольства та консульські структури. Натомість МКіНС Польщі регулює діяльність Інституту Адама Міцкевича, різноманітних галерей і музеїв (ситуативно), а також галузевих інститутів, зокрема, Театрального інституту, Інституту книжки тощо [8].

Варто зазначити, що перший Польський Інститут з'явився у Будапешті у 1939 році. Нині такі структури діють у ряді країн, де вони пройшли еволюцію від «будинків культури» до активних учасників промоції Польщі на міжнародній арені [4, с. 149]. Сьогодні культура з точки зору концепції діяльності Польських Інститутів розглядається комплексно, тобто поєднує мистецтво, науку, техніку і мову, об'єкти Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО та пам'ятки історії [4, с. 153]. Згідно з описом Польських Інститутів на веб-порталі МЗС Польщі, під юрисдикцією якого вони перебувають, ці структури працюють з метою створення і постійної підтримки позитивного іміджу Польщі у світі [3]. Особлива роль діючих сьогодні двадцяти п'яти Польських Інститутів у різних країнах світу полягає не лише у виявленні місцевих культурних реалій, а й у створенні довкола себе осередків популяризації культури та інформації про Польщу, звісно, із залученням Полонії. Пріоритетом діяльності зазначених Інститутів є налагодження дружніх контактів з представниками місцевих ЗМІ та вплив на творчі й експертні кола країни перебування, які зазвичай формують громадську думку [9, с. 52]. Як показує багаторічна практика, незважаючи на невелику кількість співробітників Інститутів, вони здійснюють велику роботу з популяризації Польщі як бренду.

У порівнянні з Польськими Інститутами, Інститут Адама Міцкевича набагато молодший – свою діяльність він веде з 2000 року і не має закордонних відділів. Незважаючи на підпорядкування МКіНС Польщі, Інститут Міцкевича також бере активну участь у реалізації проектів МЗС Польщі [4, с. 150]. Згідно зі Статутом Інституту, його місія – лобювання ролі Польщі як необхідної ланки у міжнародному обміні ідеями, цінностями, культурними досягненнями. Особливістю Інституту Міцкевича є організація широкомасштабних проектів у сфері міжнародного культурного співробітництва; розробка і постійне вдосконалення інформаційної бази даних про культурні досягнення країни; підготовка рекламних матеріалів [7].

Аналізуючи рапорти Верховної контрольної палати (органу державного контролю за використанням публічних коштів у Польщі), можна стверджувати, що існує неповна координація діяльності між двома вищезазначеними міністерствами (адже промоцією культури частково займаються Міністерство національної освіти Польщі, Міністерство науки і вищої освіти Польщі), що ускладнює закордонну діяльність у цій сфері [6]. Звідси і висновок щодо необхідності створення єдиної інституції, яка б інтегрувала таку діяльність. Як бачимо, ситуація у Польщі частково нагадує українську в плані розпорошеності повноважень і компетенцій між різними структурними підрозділами в одній галузі.

Враховуючи структурне розмаїття органів, які відповідають за сферу публічної і культурної дипломатії Польщі, з метою координації дій різних міністерств у 2004 р. створено Раду промоції Польщі. Вона здійснює повноваження міжвідомчого і фінансового планування (початково пропонувалася назва «Рада економічної промоції») [4, с. 111]. Певною мірою Рада формалізувала співпрацю між міністерствами та відомствами, а нині вона виступає консультативним органом, рекомендації якого направляються до Ради Міністрів Польщі, хоча керівником Ради промоції є міністр закордонних справ Польщі. Проте, як зазначає В. Ціватий, більшість рішень щодо розробки і впровадження нових проектів, як і раніше, приймаються лише на рівні окремих міністерств і підпорядкованих їм виконавчих органів, що, звісно, негативно впливає на діяльність Ради промоції Польщі [9, с. 54].

Тим не менше, саме «промоція» і надалі виступає важливим поняттям, що окреслює діяльність задля позитивного сприйняття Польщі за кордоном, свідченням чого є як назва органу – Рада промоції Польщі, так і прийняття Радою у 2009 році основоположного документу «Напрями промоції Польщі до 2015 року» [4, с. 114].

Міркуючи з приводу ефективності діяльності Ради промоції Польщі, заради справедливості зауважимо, що за рік до її створення (у 2003 році) виникла «Фундація публічної дипломатії», яка, як планувалося, мала бути своєрідним куратором польської діяльності у сфері публічної дипломатії. І хоча Фундація проіснувала недовго, у звітній аналітичній доповіді міністра закордонних справ Польщі В. Цімошевича у 2003 році вперше з'явилося поняття «публічна дипломатія» [4, с. 111], яке відтоді перебуває у постійному активному вжитку польських дипломатів.

Ще один спеціально створений орган у рамках МЗС Польщі – Департамент публічної та культурної дипломатії, що діє з метою поширення польської культури, науки й освіти. Співпрацюючи з низкою вищезазначених структур, що діють при МЗС Польщі та МКіНС Польщі, Департамент дбає про присутність польських митців у важливих культурних заходах, що проводяться у різних країнах світу, тісно співпрацює з іноземними інституціями, осередками творення громадської думки, неурядовими організаціями та закордонними засобами масової інформації [3].

Задля об'єктивності зауважимо, що після 1989 р. у польському МЗС функціонували департаменти, які передували вищезгаданому Департаменту публічної і культурної дипломатії, і практично виконували завдання, типові для управління «м'якою силою». Конкретизацію і хронологічну послідовність структурних трансформацій знаходимо у праці «М'яка сила і публічна дипломатія Польщі» Б. Очепки.

Департамент культурної і наукової політики, що діяв на початку 90-х рр., у 1994 р. був об'єднаний з Департаментом преси й інформації, який займався питаннями пропаганди. Слід зазначити, що 1994 рік став останнім у практиці використання поняття «пропаганда» в діяльності урядових структур. У 1998 р. Департамент промоції й інформації реорганізовано у два структурні підрозділи – Департамент культурно-наукової політики і Департамент промоції. З 2002 по 2008 рр. діяв лише Департамент промоції, реформований в свою чергу у 2008 р. в Департамент публічної і культурної дипломатії – такий, який діє і нині [4, с. 111].

На сайті МЗС РП наявні щорічні звіти про діяльність у сфері публічної дипломатії під патронатом Департаменту публічної та культурної дипломатії МЗС Польщі. Зокрема, станом на березень 2016 року останнім таким документом був рапорт «Нові виміри дипломатії. Публічна дипломатія» за 2013–2014 рік, у якому деталізуються цілі і засоби публічної дипломатії, напрями діяльності, характеризуються інструменти публічної дипломатії та конкретні проекти, в яких вони втілювалися [1]. Наскрізно у документі є теза про те, що публічну дипломатію варто застосовувати як комунікацію безпосередньо з громадянськими суспільствами інших держав в обхід офіційної сфери як компетенції класичної дипломатії.

Прикметно, що у рапорті робиться акцент на економічному аспекті публічної дипломатії, промоційній діяльності в інтересах економічної системи та польського бізнесу. Тобто слід пам'ятати, що сфера культури, науки і туризму з точки зору економіки є галузями народного господарства. Отже, трактуючи таким чином публічну дипломатію, МЗС Польщі доводить, що інвестиції, вкладені у цю сферу дипломатії сьогодні, вже завтра дадуть позитивний результат. І справді – «промоція» (яку часом і сьогодні некоректно ототожнюють з пропагандою) у розумінні польських урядовців охоплює і сферу економіки, тобто виходить за межі звичного управління засобами «м'якої сили». Та й перші дії з боку держави у другій половині 1990-х роках, пов'язані з використанням «м'якої сили», провадилися під гаслом промоції польської економіки з метою приваблення іноземних інвесторів. Принагідно зазначимо, що нині вся сфера публічної дипломатії Польщі характеризується незвичним державницьким підходом до цієї концепції: культура розглядається як складова частина економіки, як своєрідна культурна промисловість, що сприяє зростанню валового національного продукту держави. Така позиція, з одного боку, є аргументом на користь багатомірності «м'якої сили», а, з іншого, вкотре засвідчує відсутність чіткого поділу на «hard power» і «soft power» у польській практиці зовнішньої політики. І, як наполягають у МКіНС Польщі, культуру слід вважати частиною економіки хоча б у тому випадку, коли йдеться про розвиток «м'якої сили» держави щодо залучення іноземних студентів, які

навчаються у вишах Польщі, чим не лише розвивають промоцію держави крізь призму культури, а насамперед наповнюють державну скарбницю [4, с. 151–152]. Позитивним є те, що на урядовому рівні існує порозуміння з приводу уявлення про культуру як найважливіший засіб «м'якої сили» держави. Зазначене бачення культури, з одного боку, йде врозрід з теоретичним підґрунтям даної концепції, однак, з іншого, все ж вписується у класичну концепцію «м'якої сили» Дж. Ная.

Повертаючись до рапорту «Нові виміри дипломатії. Публічна дипломатія» зауважимо, що одним з важливих пунктів є визначення рівня відносин між регіонами і локальними самоврядними одиницями в рамках публічної дипломатії, де МЗС Польщі виступає в якості своєрідного посередника. Окрім того, у документі наведено приклади конкретних кроків уряду у таких сферах публічної дипломатії, як економічна, культурна, історична, наукова, спортивна, медійна дипломатія, співпраця з Полонією тощо [1].

Узагальнюючи, варто зазначити, що дещо критично до польської публічної дипломатії ставиться А. Жентек, кажучи, що «найбільшим її недоліком є брак спільних стратегій діяльності при одночасному зростанні ініціатив, метою яких є підтримка іміджу держави. Ще один недолік – відсутність чіткого поділу компетенцій, недостатнє фінансування, незначне використання сучасних форм комунікації чи неповна база даних» [2, с. 82].

Проте незважаючи на окремі недоліки, Польща розглядає позитивний образ держави як цінний актив, що принесе дивіденди в майбутньому та допоможе в розбудові сучасної держави [9, с. 50]. Публічну дипломатію польська держава вважає важливим зовнішньополітичним пріоритетом, одним із найефективніших засобів формування позитивного іміджу країни у світі. Багаторічний досвід діяльності країни у сфері публічної дипломатії забезпечив Польщі позитивний імідж у світі як держави середньої сили, рівноправного члена європейських та євроатлантичних інтеграційних структур.

Особливістю іміджевої політики Польщі є розмаїття і багатство власної культурної спадщини і культурних здобутків сьогодення, що є складовою світового культурного процесу. Інформаційне забезпечення зовнішньополітичної діяльності через публічну дипломатію – це той позитивний досвід Польщі, який Україні слід запозичувати, особливо в умовах сучасної ситуації в державі. Адже, як показує практика, системність, стратегічне планування, координація дій – це ті риси, яких іноді бракує Українській державі для ефективного врядування у сфері міжнародної діяльності.

Використана література:

1. Dyplomacja publiczna. Raport. 2013-2014 / Departament Dyplomacji Publicznej i Kulturalnej Ministerstwa Spraw Zagranicznych Rzeczypospolitej Polskiej [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.msz.gov.pl/resource/b3385a49-de88-4f59-84ed-76b9ee1296ca:JCR>.
2. Ziętek A. Dyplomacja publiczna Polski [Text] / A. Zietek // Annales. Universitatis Mariae Curie. Lublin – Polonia. Sectio K / Wydział Politologii UMCS. – 2010. – VOL. XVII, I. – S.65–83.
3. Ministerstwo Spraw Zagranicznych. Rzeczpospolita Polska [Electronic resource]. – Access mode: http://www.msz.gov.pl/pl/p/msz_pl/.
4. Ociepka B. Miękką siłą i dyplomacja publiczna Polski. – Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR. – Warszawa, 2013. – 233 s.
5. Priorytety Polskiej Polityki Zagranicznej. 2012–2016 [Electronic resource]. – Access mode: <http://www.msz.gov.pl/resource/aa1c4aec-a52f-45a7-96e5-06658e73bb4e:JCR>.
6. Promocja kultury polskiej w świecie / Najwyższa Izba Kontroli (NIK) [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.nik.gov.pl/kontrola/P/10/070/KNO/>.
7. Statut Instytutu Adama Mickiewicza / Instytut Adama Mickiewicza [Electronic resource]. – Access mode: <https://iam.pl/pl/bip/statut-i-oswiadczenia/statut-instytutu-adama-mickiewicza>.
8. Лазоркина О. Институты культурной дипломатии Республики Польша [Электронный ресурс]. / О. Лазоркина // Развитие. Журнал международного права и международных отношений – Режим доступа: <http://www.evolutio.info/content/view/1975/5/>. – Назва з екрана.

9. Ціватий В. Публічна та культурна дипломатія Республіки Польща XXI століття: інституційний аспект [Текст] / В. Ціватий // Зовнішні справи. – 2012. – № 11. – С.50–55.

Процюк М. В. *Публичная дипломатия как внешнеполитический приоритет Республики Польша*

В статье анализируется публичная дипломатия как внешнеполитический приоритет Республики Польша и его влияние на формирование и поддержание позитивного имиджа страны на международной арене. Прослеживается эволюция государственного подхода к реализации идеи публичной дипломатии в правительственные институты Польши от 90-х годов XX века и до нынешнего времени. В статье определяются преимущества и недостатки заимствования польского опыта, опираясь на выводы Верховной контрольной палаты Польши.

Ключевые слова: публичная дипломатия, «мягкая сила», культурная дипломатия, внешняя политика Польши, международный имидж.

Protsyuk M. *Public Diplomacy as the Foreign Policy Priority of Republic of Poland*

The article deals with the public diplomacy as the priority of Poland's foreign policy and its impact on the formation and maintenance the positive image of the state on the international arena. There is also the evolution of state approach to implementation the idea of public diplomacy in government institutions of Poland since 1990 to the present time. Author defines the benefits and disadvantages of borrowing Polish experience based on the conclusions of the Supreme Chamber of Control of Poland.

Keywords: public diplomacy, «soft power», cultural diplomacy, foreign policy of Poland, international image.

УДК 324:316.62 (438)

Ясіньська А. Ю.

СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНІ ТА СОЦІОДЕМОГРАФІЧНІ ДЕТЕРМІНАНТИ ФОРМУВАННЯ ВИБОРЧИХ ПРЕФЕРЕНЦІЙ ПОЛЬСЬКИХ ГРОМАДЯН

У статті йдеться про особливості формування виборчих преференцій у польському суспільстві. Визначено суспільно-політичні та соціодемографічні детермінанти, які впливають на політичну активність та формування виборчих симпатій польських громадян. Досліджено взаємозв'язок між зміною геополітичних векторів країни і виборчими орієнтаціями населення. Визначено фактори, які тісно пов'язані саме з польським соціумом, зокрема історичне минуле і релігійний фактор. Обидва наділені притаманними особливостями для досліджуваної ментальності і грають не останню роль у електоральній поведінці поляків. Проаналізовано дані соціологічних опитувань та відповідно до них прослідковано еволюцію електоральних вподобань виборців.

Ключові слова: політичний вибір, виборчі преференції, невизначені виборці, виборча кампанія, політична культура, недовіра.

Постановка проблеми та її значення. Формування виборчих преференцій є одним з найважливіших етапів майбутнього вибору громадянина. Від симпатій виборця залежать результати виборів, а від того наскільки він визначений – чи візьме він участь у виборах взагалі. Важливо проаналізувати взаємозв'язок між базовими чинниками, які впливають на формування політичних і зокрема виборчих вподобань польських громадян, оскільки вони є активними складовими майбутнього вибору. Дослідження процесу трансформації виборчих преференцій в польському соціумі є досить цікавим з точки зору зміни політичних орієнтацій країни та свідомості самих громадян. Попри те, що виборча преференція є індивідуальною характеристикою, в кінцевому результаті вона дає змогу сформувати картину відносно цілого суспільства.