

СТРАТЕГІЯ
ПУБЛІЧНОЇ
ДИПЛОМАТІЇ
МІНІСТЕРСТВА
ЗАКОРДОННИХ
СПРАВ УКРАЇНИ

2021-2025



Міністерство
закордонних справ
України

Ukraine NOW

ua



СТРАТЕГІЯ **ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ**
МІНІСТЕРСТВА ЗАКОРДОННИХ СПРАВ
УКРАЇНИ НА 2021-2025 РОКИ

Упорядники стратегії: Дмитро Кулеба, Еміне Джапарова, Марія Липяцька, Ольга Червак, Ярослав Турбіль, Марина Дадінова, Алла Польова, Ірина Боровець, Софія Джуринська, Євгеній Дробот

Дизайн: Дар'я Подольцева

Літературна редакція: Тамара Гуменюк

Рецензенти стратегії:

Геннадій Максак
Катерина Смаглій
Володимир Шейко
Тетяна Філевська
Аліна Фролова
Володимир Ермоленко
Марія Купріянова
Олеся Островська-Люта
Олексій Гарань

Дякуємо всім учасникам стратегічних сесій, напрацювання яких лягли в основу стратегії:

Володимир Шейку, Тетяні Філевській, Аліму Алієву, Тетяні Олійник, Тарасу Шевченку, Юлії Мендель, Мар'яні Олесків, Дар'ї Зарівній, Анні Павловій, Олені Шаповаловій, Мар'яні Збанатській, Олександрі Димитрович, Катерині Смаглій, Марії Юхновець, Олесі Островській-Лютій, Ользі Балашовій, Олексію Чуєву, Ганні Гопко, Богдану Логвиненку, Дар'ї Карякіній, Альоні Гетьманчук, Юлії Федів, Олені Снігир, Любові Цибульській, Геннадію Максаку, Ірині Славінській, Василю Мірошніченку, Євгену Глібовицькому.

Висловлюємо також подяку **Національному демократичному інституту (NDI) та Програмі розвитку ООН в Україні** за технічну допомогу з організацією стратегічних сесій МЗС й особливу подяку **Тамарі Сухенко** за їх модерування

Стратегію ухвалено Наказом МЗС від 24.03.2021

ЗМІСТ

1. ПУБЛІЧНА ДИПЛОМАТІЯ:

ОСНОВНІ ПІДХОДИ ТА ПОНЯТТЯ

2. КОМПЛЕКСНИЙ АНАЛІЗ

ВНУТРІШНЬОГО ТА ЗОВНІШНЬОГО
СЕРЕДОВИЩА

3. МЕТА, СТРАТЕГІЧНІ ЦІЛІ

ТА ЗАВДАННЯ ПУБЛІЧНОЇ
ДИПЛОМАТІЇ МЗС

4. ПОЗИЦІЮВАННЯ УКРАЇНИ:

БРЕНД UKRAINE NOW ТА КЛЮЧОВІ
ПОВІДОМЛЕННЯ

5. ЦІЛЬОВІ АУДИТОРІЇ,

ІНСТРУМЕНТИ ТА КАНАЛИ

ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ

6. ГЕОГРАФІЧНІ ПРІОРИТЕТИ

7. РЕСУРСИ

8. СПІВПРАЦЯ ТА КООРДИНАЦІЯ

З ІНШИМИ ДЕРЖАВНИМИ
ОРГАНАМИ УКРАЇНИ

9. МОНІТОРИНГ ТА КЛЮЧОВІ

ІНДИКАТОРИ СТРАТЕГІЧНИХ ЦІЛЕЙ



Стратегія публічної дипломатії МЗС є першим подібним документом міністерства. Розробляючи цей документ, ми ставили перед собою амбітну мету – винести на стратегічний рівень зусилля з формування позитивного іміджу України у світі.

Імідж та репутація країни формуються не тільки інструментами публічної дипломатії. Публічна дипломатія є лише складовою стратегічних комунікацій держави, а процес формування позитивного іміджу України у світі потребує тісної координації з усіма дотичними інституціями, як державними, так і недержавними.

Розуміючи це, ми підійшли до процесу розробки стратегії максимально інклюзивно – залучили провідних експертів, представників державного сектору, культури та креативних індустрій, бізнесу.

Щоб про Україну більше знали у світі, всі зусилля у цьому напрямі мають бути системними та скоординованими – ми маємо говорити одним голосом та представляти Україну синхронно. Саме тому особливу увагу в стратегії приділено важливості використання бренду Ukraine Now та спільних наративів для більш чіткого позиціонування України у світі.

Стратегію розроблено першочергово для апарату МЗС, закордонних дипломатичних установ України та Українського інституту. Проте я заохочую всіх суб'єктів публічної дипломатії долучатись до імплементації стратегії та формування позитивного іміджу України у світі, адже тільки спільними зусиллями ми досягнемо нашої мети.

Дмитро Кулеба,
Міністр закордонних справ України

1.

ПУБЛІЧНА ДИПЛОМАТІЯ: ОСНОВНІ ПІДХОДИ ТА ПОНЯТТЯ

Міжнародний імідж і репутація країни – це сукупність факторів, що зумовлюють її сприйняття у світі крізь призму ідеалів і цінностей, реалій політичного устрою, соціально-економічної моделі та позиціонування на міжнародній арені. Формування позитивного сприйняття України вимагає скоординованої державної політики з метою системного та проактивного поширення власних наративів з використанням усіх доступних форматів комунікації.

Публічна дипломатія є невід'ємною частиною стратегічних комунікацій держави. Публічна дипломатія – це система заходів, за допомогою яких держава комунікує з громадськістю інших держав та впливає на формування суспільної думки населення інших країн для просування своїх національних інтересів і реалізації зовнішньополітичних цілей. Інструменти публічної дипломатії дають змогу значно розширити охоплення аудиторії, будувати нові партнерства, залучати представників сфер, що перебувають за межами сфери впливу офіційних органів влади (неурядових організацій, бізнесу, аналітичних центрів, освітніх установ, молоді, лідерів суспільної думки та окремих громадян).

Глобалізація, розвиток цифрових технологій, широке використання соціальних мереж, прискорення віртуалізації світу через пандемію COVID-19, швидке поширення інформації формують нові вимоги до публічної дипломатії. У цьому контексті відчутно зростає роль медіа та цифрових технологій у побудові іміджу країни. Також стає ширшим коло недержавних учасників, які сприяють державі у просуванні національних інтересів та позитивного сприйняття країни за кордоном. Неурядові організації, приватні корпорації, міжнародні організації стають активними суб'єктами публічної дипломатії. З метою ефективного досягнення цілей публічної дипломатії держава активно взаємодіє з представниками недержавного сектору публічної дипломатії.

Функція публічної дипломатії – встановлення діалогу «держава-людина» з урахуванням різноманіття національної та глобальної аудиторії, а також сприяння міжособистісним контактам «людина-людина», що особливо актуально в епоху широкого використання цифрових інструментів та соціальних мереж. Публічна дипломатія є також інструментом зміцнення національної стійкості та протидії гібридним загрозам, дезінформації та фейкам.

Публічна дипломатія МЗС орієнтована на сучасні підходи, що пріоритезують діалог, міжкультурні зв'язки, людські контакти та взаємодію з іноземними аудиторіями.

У цій стратегії термін “публічна дипломатія” використовується як стратегічний напрям діяльності апарату Міністерства закордонних справ України (МЗС), закордонних дипломатичних установ України (ЗДУ) та Українського інституту (УІ), який передбачає комунікацію та взаємодію з громадянами інших країн задля формування спри-

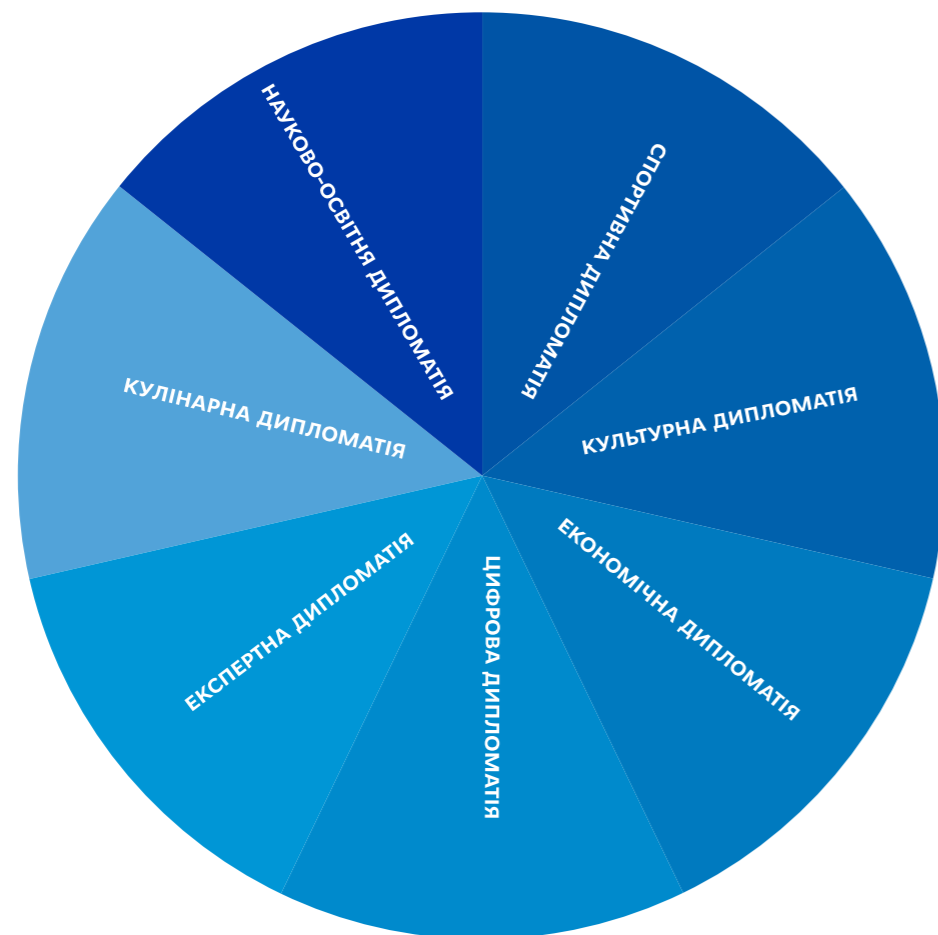
ятливої для України громадської думки, довіри та взаєморозуміння, а також просування національних інтересів і досягнення зовнішньополітичних цілей України.

У контексті стратегії суб'єктами публічної дипломатії є апарат МЗС, ЗДУ та УІ. Недержавні суб'єкти публічної дипломатії також можуть долучатися до реалізації стратегії з метою формування цілісного позитивного іміджу України у світі.

НАПРЯМИ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ МЗС

Основними напрямками публічної дипломатії є культурна, економічна, експертна, кулінарна, науково-освітня, спортивна і цифрова дипломатії. Реалізація стратегії вимагає збалансованого підходу до планування та реалізації проєктів та заходів у сфері публічної дипломатії, який не ґрунтується лише на культурно-гуманітарній співпраці та розвитку міжкультурних зв'язків з іншими країнами.

Інструменти культурної та експертної дипломатії, серед іншого, використовують для просування теми протидії російській агресії (зокрема питань деокупації, порушення прав людини, дезінформації тощо) для політиків, держслужбовців, експертів і науковців іноземних країн, у рамках міжнародних організацій тощо.



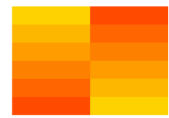
КУЛЬТУРНА ДИПЛОМАТІЯ є одним з напрямів публічної дипломатії та політики «м'якої сили», метою якої є покращення впізнаваності України та її культурного розмаїття, формування позитивного ставлення громадян інших країн до України. Культурна дипломатія як напрям зовнішньої політики дає змогу популяризувати і ділитися національними здобутками та досвідом у сфері культури з громадянами інших країн, досягаючи кращого порозуміння та довіри.

Вимірами роботи суб'єктів публічної дипломатії у сфері культурної дипломатії є:

- 1) просування сучасного українського кіно, особливо сприяння участі українських фільмів у міжнародних кінофестивалях;
- 2) просування сучасної української класичної та популярної музики, сприяння спільним міжнародним проєктам;
- 3) просування сучасного українського театру та перформативного мистецтва, зокрема через участь у міжнародних театральних фестивалях;
- 4) просування сучасної української літератури, сприяння участі України в провідних міжнародних книжкових виставках, сприяння перекладу та виданню творів українських письменників за кордоном;
- 5) сприяння видавничим проєктам для публікації іноземними мовами книг і брошур з популяризації історії та сьогодення України;
- 6) просування українського класичного і сучасного візуального мистецтва, зокрема за допомогою виставкових проєктів за кордоном, мистецьких обмінів і колаборацій;
- 7) сприяння популяризації українських креативних індустрій, зокрема дизайну, моди, архітектури тощо;
- 8) презентація розмаїття українського мистецтва, зокрема представлення української культури й мистецтва в рамках міжнародних фестивалів, форумів, конференцій;
- 9) сприяння міжнародним дослідницьким проєктам у галузі культури й мистецтва, заохочення іноземних фахівців до вивчення української культури;
- 10) просування української культурної спадщини;
- 11) популяризація української мови у світі;
- 12) сприяння проєктам у галузі культури й мистецтва представників корінних народів і національних меншин.

У роботі за напрямом очікується тісна координація та співпраця закордонних дипломатичних установ України з Українським інститутом, а також іншими державними органами та агентствами, зокрема Міністерством культури та інформаційної політики, Українським

культурним фондом (УКФ), Державним агентством України з питань кіно (Держкіно), Державним агентством України з питань мистецтв та мистецької освіти (Держмистецтво), Українським інститутом книги (УІК), Українським інститутом національної пам'яті (УІНП) тощо, культурними інституціями, недержавними установами та організаціями, а також об'єднаннями закордонних українців.



**ukrainian
institute**

Український інститут, відповідно до Стратегії Українського інституту на 2020-2024 роки, здійснює свою програмну та проєктну діяльність для виконання стратегічних цілей:

- 1) покращення розуміння та впізнаваності України серед закордонних аудиторій;*
- 2) забезпечення сталого запиту на експертну взаємодію з Україною;*
- 3) зміцнення спроможності гравців української культури, освіти, науки та громадянського суспільства до міжнародної співпраці;*
- 4) посилення залученості України до актуальних світових культурних процесів;*
- 5) розширення поля використання української мови у світі.*

ЕКОНОМІЧНА ДИПЛОМАТІЯ є окремим напрямом діяльності Міністерства закордонних справ України. В контексті Стратегії публічної дипломатії МЗС в роботі за цим напрямом йдеться тільки про інформування та просування інвестиційного, туристичного та експортного потенціалу України інструментами та засобами публічної дипломатії.

Вимірами роботи суб'єктів публічної дипломатії у сфері економічної дипломатії є:

- 1) інформування міжнародних підприємницьких кіл та потенційних іноземних партнерів про інвестиційні, експортні можливості, позитивні результати економічних реформ, поліпшення умов для ведення підприємництва в Україні;*
- 2) проведення інформаційних кампаній та заходів, спрямованих на створення та підтримку позитивного туристичного іміджу держави, а також інших заходів, затверджених генеральними директивами відділів економічної дипломатії ЗДУ.*

У контексті роботи за напрямом очікується тісна координація і співпраця ЗДУ з профільними структурними підрозділами апарату МЗС та Радою інвесторів та експортерів при МЗС, яка є інструментом координації суб'єктів публічної дипломатії з іншими державними органами та діловими об'єднаннями – Міністерством розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України, Міністерством цифрової трансформації України, Офісом із залучення та підтримки інвестицій UkraineInvest, Офісом з просування експорту України та іншими.

ЕКСПЕРТНА ДИПЛОМАТІЯ – це напрям публічної дипломатії, суть якого полягає в системній роботі з представниками експертного середовища, експертами та мережами, державними та недержавними аналітичними центрами, національними та міжнародними об'єднаннями, профільними академічними та дослідницькими закладами, дорадчими та експертними радами через формальні та неформальні канали всередині країни та за кордоном з метою досягнення зовнішньополітичних цілей країни.

Вимірами роботи суб'єктів публічної дипломатії у сфері експертної дипломатії є:

- 1) організація конференцій, експертних дискусій та інших заходів для донесення зовнішньополітичних повідомлень та наративів;*
- 2) налагодження взаємодії з провідними вітчизняними та закордонними аналітичними центрами, науково-дослідними установами та освітніми закладами;*
- 3) проактивна комунікація з іноземними журналістами, ЗМІ, блогерами й лідерами думок з метою об'єктивного висвітлення подій в Україні та потенціалу нашої країни.*

У межах реалізації цього напрямку роботи очікується тісна координація і співпраця ЗДУ з представниками експертного середовища, громадськими організаціями, Дипломатичною академією України при МЗС та профільними структурними підрозділами апарату МЗС.

КУЛІНАРНА ДИПЛОМАТІЯ – це напрям публічної дипломатії, спрямований на формування позитивного іміджу країни у світі через просування національної кухні, кулінарного мистецтва та місцевих продуктів харчування. Кулінарна дипломатія стимулює зовнішню торгівлю, еногастрономічний туризм та покращує інвестиційний клімат. Використання кулінарної спадщини сприятиме посиленню українських позицій на регіональному та міжнародному рівнях.

Вимірами роботи суб'єктів публічної дипломатії у сфері кулінарної дипломатії є:

- 1) участь у міжнародних гастрономічних фестивалях та продовольчих виставках;*
- 2) організація презентацій української кухні, українського вина та інших заходів для просування кулінарної спадщини;*
- 3) налагодження співпраці ЗДУ з провідними українськими шеф-кухарями та кулінарними експертами;*
- 4) проведення інформаційних кампаній з метою популяризації української кухні та адвокація внесення українських страв до нематеріальної спадщини ЮНЕСКО;*
- 5) просування сучасної української кухні та популяризація українських вин на дипломатичних прийняттях, організованих МЗС та ЗДУ.*

У межах реалізації цього напрямку роботи очікується тісна координація і співпраця ЗДУ з представниками професійного кулінарного та ресторанного середовища й асоціаціями.

НАУКОВО-ОСВІТНЯ ДИПЛОМАТІЯ – це напрям публічної дипломатії, що допомагає побудувати міцні партнерські відносини з іншими країнами чи регіонами завдяки науково-освітньому обміну; вирішувати глобальні, регіональні та національні виклики з використанням наукових здобутків; формувати зовнішньополітичні рішення з урахуванням фактичних даних. Науково-освітня дипломатія також створює належні умови для міжнародної співпраці в галузі освіти та науки.

Вимірами роботи суб'єктів публічної дипломатії у сфері науково-освітньої дипломатії є:

- 1) просування освітнього потенціалу України;
- 2) сприяння залученню іноземних студентів до навчання в Україні;
- 3) просування України як сприятливої країни для розвитку глобальних талантів;
- 4) популяризація науково-технічних досягнень України;
- 5) підтримка міжнародного співробітництва в галузі освіти та науки;
- 6) сприяння проведенню спільних міжнародних досліджень, наукових та освітніх обмінів, програм мобільності вчених та студентів.

У межах реалізації цього напрямку очікується тісна координація і співпраця ЗДУ з Міністерством освіти і науки України, Національною академією наук України, Малою академією наук України, Українським державним центром міжнародної освіти, Міжнародною українською школою, українськими університетами та науковими установами, експертним середовищем, громадськими організаціями та недільними школами за кордоном.

СПОРТИВНА ДИПЛОМАТІЯ – це напрям публічної дипломатії, який здійснюється шляхом організації, проведення та участі в міжнародних спортивних заходах. Спортивні події є платформою для комунікації на різних рівнях, зокрема між звичайними людьми. Спортивні зв'язки роблять істотний внесок у зміцнення міжкультурного діалогу та сприяють зростанню міжнародного престижу країни.

Вимірами роботи суб'єктів публічної дипломатії у сфері спортивної дипломатії є:

- 1) сприяння зростанню кількості представництв України в міжнародних спортивних організаціях та асоціаціях;
- 2) популяризація спортивних досягнень українських спортсменів та спортсменок;
- 3) сприяння проведенню спільних спортивних заходів, навчально-тренувальних зборів, виставок тощо;
- 4) просування держави як місця проведення міжнародних спортивних подій;
- 5) популяризація України як країни з широкими інвестиційними можливостями у спортивній галузі;
- 6) використання спорту для популяризації успіхів України у сфері гендерної рівності, безбар'єрності, інклюзивності та здорового способу життя.

У реалізації цього напрямку очікується тісна координація і співпраця ЗДУ з Міністерством молоді та спорту України, спортивними федераціями, Національним олімпійським комітетом та міжнародними спортивними організаціями.

ЦИФРОВА ДИПЛОМАТІЯ – це напрям публічної дипломатії, що передбачає використання цифрових технологій і платформ, а також взаємодію з ними для захисту національних інтересів країни. Професійне та систематичне використання можливостей соціальних мереж і цифрових платформ дозволяє налагодити пряму комунікацію з громадянами іноземних країн з метою формування у них позитивного сприйняття України.

Вимірами роботи суб'єктів публічної дипломатії у сфері цифрової дипломатії є:

- 1) взаємодія з міжнародними цифровими платформами для просування позитивного іміджу України у світі та захисту національної безпеки;
- 2) використання цифрових інструментів для організації заходів і проєктів публічної дипломатії;
- 3) використання потенціалу соціальних мереж та взаємодія з онлайн-спільнотами для формування позитивного іміджу України та просування інтересів України у світі.

У реалізації цього напрямку очікується тісна координація і співпраця ЗДУ з представниками Міністерства цифрової трансформації України, міжнародних цифрових платформ, зокрема Facebook, Google, Netflix, HBO та інших для реалізації цифрових проєктів і кампаній з популяризації України у світі.

ПРИНЦИПИ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ

Діяльність МЗС, ЗДУ та УІ у сфері публічної дипломатії базується на таких принципах:

1. ПРОЄКТНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ:

уся діяльність у сфері публічної дипломатії побудована відповідно до принципів проєктного управління, серед яких – доцільність, лідерство, взаємодія, динамічне планування, результативність, оцінка ефективності, підзвітність, підконтрольність.

2. ІННОВАЦІЙНІСТЬ:

суб'єкти публічної дипломатії підтримують інноваційний розвиток, вивчають і використовують нові технології та підходи для підвищення ефективності своєї діяльності.

3. ПОВАГА ДО КУЛЬТУРНОГО РОЗМАЇТТЯ:

суб'єкти публічної дипломатії у своїй діяльності враховують культурні особливості різних народів світу з метою збереження і розвитку культурного розмаїття та протидії будь-яким формам дискримінації, ворожнечі та іншим формам ерозії єдності спільнот людей.

4. ЛЮДИНОЦЕНТРИЧНІСТЬ:

людина, її життя та права мають найвищу цінність.

5. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ:

суб'єкти публічної дипломатії дотримуються законів України та країн перебування, норм міжнародного права, загально визнаних етичних норм.

2.

КОМПЛЕКСНИЙ АНАЛІЗ

ВНУТРІШНЬОГО ТА ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

Стратегія публічної дипломатії МЗС враховує загрози й виклики, пов'язані зі сприйняттям України у світі. Аналіз зовнішнього та внутрішнього середовищ базується на методі SWOT-аналізу, а також даних соціологічних досліджень сприйняття України у світі.

SWOT-АНАЛІЗ

За результатами низки стратегічних сесій та внутрішніх обговорень були визначені ключові сильні та слабкі сторони, загрози та можливості, що позначаються на формуванні позитивного іміджу України у світі. Результати SWOT-аналізу стали основою для формування стратегічних цілей та завдань публічної дипломатії.

СИЛЬНІ СТОРОНИ:

1) культурне та природне розмаїття України;
2) тисячолітня історична спадщина;
3) велика територія та вдале географічне розташування;
4) талановиті та освічені люди;
5) доступні природні ресурси;
6) політична воля і підтримка розвитку публічної дипломатії з боку керівництва МЗС.

СЛАБКІ СТОРОНИ:

1) низька обізнаність про Україну у світі;
2) відсутність сталого образу та єдиного голосу України за кордоном;
3) стереотипне сприйняття країни крізь призму проблем (війна, бідність, корупція, політична турбулентність);
4) недостатня інституційна та фінансова спроможність державних органів влади забезпечити стаке впровадження довгострокових проєктів у сфері публічної дипломатії;
5) сфокусованість України на внутрішніх проблемах;
6) актуальні проблеми й виклики: зовнішня збройна агресія та окупація, поширеність популістичних трендів, брак довіри до державних інституцій, незавершеність реформ в країні.

МОЖЛИВОСТІ:

1) діджиталізація та віртуалізація світу внаслідок пандемії;
2) перегляд логістичних, торговельних та економічних зв'язків по всьому світу через коронавірусну кризу;
3) європейська та євроатлантична інтеграція України: зміни законодавства, реформи, запровадження нових практик управління державою та ведення бізнесу тощо;
4) світова продовольча криза як можливість для України здобути статус гаранта світової продовольчої безпеки.

ЗАГРОЗИ:

1) дезінформаційні атаки та гібридні форми війни з боку Російської Федерації;
2) висока конкуренція за увагу в міжнародному середовищі.

Ключовими проблемами у формуванні позитивного іміджу України у світі є низька обізнаність про Україну та стереотипне сприйняття України крізь призму війни та окупації, корупції, бідності. Опитування громадської думки, проведене Центром «Нова Європа» показали, що трьома найбільш сталими асоціаціями з нашою країною є війна, бідність/безробіття та сезонні робітники/імміграція. Залишається, хоч і поступово зменшується, асоціація України з Росією.¹

Публічна дипломатія МЗС та довгострокові програми й кампанії з формування позитивного іміджу України у світі мають базуватись на аналітичних матеріалах та даних соціологічних досліджень. Розуміння ключових проблем, стереотипних уявлень та наративів, через які Україну сприймають у світі, є ключовим для ефективного планування довгострокових проєктів та кампаній публічної дипломатії. Дослідження є також інструментом оцінки реалізації Стратегії публічної дипломатії та мають проводитися постійно, особливо в стратегічних для України країнах.

1. http://neweurope.org.ua/wp-content/uploads/2020/11/What-is-Ukraine-s-perception-in-the-EU_ukr_web-1.pdf

3.

МЕТА, СТРАТЕГІЧНІ ЦІЛІ ТА ЗАВДАННЯ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ МЗС

Стратегія публічної дипломатії Міністерства закордонних справ України є рамковим документом для формування та реалізації заходів МЗС у сфері публічної дипломатії.

МЕТА СТРАТЕГІЇ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ

Метою стратегії публічної дипломатії Міністерства закордонних справ України є формування позитивного іміджу України у світі через інституціоналізацію та посилення функції публічної дипломатії в роботі МЗС, закордонних дипломатичних установ України та Українського інституту, а також зміцнення синергії та взаємодії з ключовими державними та недержавними органами й установами, долученими до стратегічних комунікацій України.

Стратегія розрахована на 5 років – 2021-2025 роки. Річні плани заходів, проекти та кампанії, що плануються Міністерством закордонних справ України та закордонними дипломатичними установами України, мають відповідати меті, стратегічним цілям та завданням стратегії.

СТРАТЕГІЧНІ ЦІЛІ ТА ЗАВДАННЯ

Стратегічними цілями та завданнями публічної дипломатії МЗС є:

ЦІЛЬ 1. ПРО УКРАЇНУ БІЛЬШЕ ЗНАЮТЬ У СВІТІ

Рівень впізнаваності та краще розуміння України серед іноземних аудиторій має зростати.

- Завдання:**
- 1) забезпечити системну участь України у ключових культурних, економічних, науково-освітніх, експертних і спортивних подіях світу;
 - 2) забезпечити представленість України на найбільших міжнародних цифрових майданчиках;
 - 3) забезпечити організацію актуальних і сучасних заходів з промоції України у світі;
 - 4) розробити і впровадити програми просування туристичного, інвестиційного, експортного та науково-освітнього потенціалу, об'єднавши для цього відповідні урядові структури в одну мережу обміну даними, знаннями, досвідом, рішеннями тощо.

ЦІЛЬ 2. УКРАЇНУ СПРИЙМАЮТЬ У СВІТІ ЯК ДЕМОКРАТИЧНУ ЄВРОПЕЙСКУ КРАЇНУ, ЯКА РУХАЄТЬСЯ ДО ПОВНОПРАВНОГО ЧЛЕНСТВА В ЄС ТА НАТО В УМОВАХ ЗОВНІШНЬОЇ АГРЕСІЇ

Україна відстоює свій європейський та євроатлантичний вибір попри зовнішню агресію з боку РФ, бере участь у вирішенні глобальних проблем і ділиться досвідом у сферах, що є актуальними для міжнародної спільноти.

- Завдання:**
- 1) системно комунікувати наративи про Україну як демократичну країну, що є невіддільною частиною європейського політичного, економічного, культурного, освітнього та інформаційного простору;
 - 2) проактивно просувати ініціативи України з долучення до глобальних та регіональних кампаній, спрямованих на сталий розвиток людства, зокрема в рамках міжнародних організацій;
 - 3) активно комунікувати ініціативи України на міжнародній арені;
 - 4) систематично комунікувати прогрес у реформах та позитивні внутрішні зміни в країні, попри наявну збройну агресію проти України.

ЦІЛЬ 3. УКРАЇНА У СВОЇЙ ЗОВНІШНЬОПОЛІТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПОКЛАДАЄТЬСЯ НА ДІЄВУ СИСТЕМУ ПРОТИДІЇ ШКІДЛИВИМ НАРАТИВАМ, СПРЯМОВАНИХ ПРОТИ НЕЇ

Україна активно й успішно протидіє гібридним загрозам, дезінформації та фейкам з боку Російської Федерації, активно просуває власну ідентичність у світі.

- Завдання:**
- 1) створити механізм моніторингу, аналізу та реагування на дезінформаційні атаки;
 - 2) проактивно комунікувати власні наративи на найбільших міжнародних інформаційних майданчиках та в міжнародних медіа;
 - 3) реалізовувати міжнародні інформаційні кампанії для протидії дезінформаційним кампаніям та наративам;
 - 4) ініціювати багатосторонні формати співпраці у сфері протидії дезінформації на регіональному та глобальному рівнях та ділитися досвідом з протидії дезінформації зі своїми партнерами.



4.

ПОЗИЦІЮВАННЯ УКРАЇНИ: БРЕНД UKRAINE NOW ТА КЛЮЧОВІ ПОВІДОМЛЕННЯ

Публічна дипломатія тісно пов'язана з побудовою національного бренду країни. Вона спрямована передусім на створення та зовнішню проєкцію ідентичності й іміджу країни та має переважно економічні цілі – залучення інвестицій і туристів, зростання експорту й торгівлі, залучення талантів і робочої сили та посилення культурної присутності у світі.

Для досягнення мети та стратегічних цілей публічної дипломатії, викладених у попередніх розділах, важливо, щоб усі сторони, залучені до формування позитивного іміджу України за кордоном, розділяли спільне бачення та використовували єдині наративи та візуальний образ для репрезентації України у світі.

Єдиним національним візуальним брендом України є **UkraineNow**, офіційно схвалений Урядом України 10 травня 2018 року. Він є інструментом публічної дипломатії для представлення держави на міжнародній арені. UkraineNow – це парасольковий бренд, який можна розвивати та використовувати для кампаній різних напрямів. Філософія бренду базується на слові «зараз», яке наразі є найважливішим для України та сучасних українців. Бренд призначений для використання як державними установами та органами місцевого самоврядування, так і бізнесом та окремими громадянами.

Уніфіковане використання бренду дозволить сформувати сприятливий образ України, її громадян, зовнішньої та внутрішньої політики, культурних цінностей та глобально змінити уявлення про Україну та українців, представити Україну як відкриту сучасну країну з європейськими цінностями. Айдентику бренду UkraineNow, яка окреслена у відповідному брендбуку, рекомендовано використовувати в рамках усіх іміджевих заходів і кампаній МЗС, а також розміщувати на супровідному контенті, що сприятиме розвитку національної бренд-ідентичності та підвищенню впізнаваності національного бренду.

Крім єдиного візуального бренду, важливо використовувати спільні характеристики та наративи для позиціонування України за кордоном, які були визначені в рамках низки стратегічних і креативних сесій з фахівцями та експертами з різних сфер:

УКРАЇНА:

- 1) Креативна країна. Країна талановитих людей.
- 2) Інноваційна країна. Країна ІТ, стартапів і цифрових рішень.
- 3) Хоробра країна, де свобода й гідність завжди перемагають.
- 4) Різноманітна країна з неймовірною природою.
- 5) Динамічна країна, що швидко змінюється.

НАРАТИВИ ДЛЯ ПОЗИЦІЮВАННЯ УКРАЇНИ:

1) Сучасна європейська країна з тисячолітньою історією, культурою та мистецтвом.

2) Хоробра та щира країна. Країна сильних емоцій. Країна свободи та гідності.

3) Захисник миру. Україна стоїть на сторожі миру та спокою Європи.

4) Країна позитивних відкриттів. Країна, що перевищує очікування від людей, природи та можливостей.

5) Україна – гарант продовольчої безпеки світу.

Зважаючи на обмеженість ресурсів, стратегія “нішевої” публічної дипломатії є оптимальною для України. Це означає, що перевага, або ніша, яку може займати країна завдяки сприятливому географічному розташуванню, експертизі в певній сфері або унікальному продукту, може стати корисним і креативним рішенням для світу. Такими перевагами для України є її агропотенціал, IT та креативний потенціал і досвід протидії гібридним загрозам.

5.

ЦІЛЬОВІ АУДИТОРІЇ, ІНСТРУМЕНТИ ТА КАНАЛИ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ

Ефективне просування іміджу України у світі можливе за умови чіткого розуміння та сегментації цільових аудиторій, оптимального розподілу каналів і застосування відповідних інструментів. Практики з корпоративного сектору, зокрема зв'язків з громадськістю та маркетингу, довели свою ефективність для цілей публічної дипломатії та мають активно використовуватися.

ЦІЛЬОВІ АУДИТОРІЇ

Основною цільовою аудиторією заходів публічної дипломатії є **громадяни іноземних країн**, а саме:



Розуміння цільових аудиторій, їхніх потреб та очікувань є ключовим фактором успішної реалізації проєктів і заходів публічної дипломатії. Важливо співпрацювати з лідерами думок – людьми з широким колом контактів, до чийої думки прислухаються люди. Це можуть бути блогери, відомі особистості, журналісти.

Важливою цільовою аудиторією є іноземні журналісти. Підтримка ефективних робочих відносин з ними є важливою складовою роботи керівників закордонних дипломатичних установ України та співробітників, відповідальних за напрям публічної дипломатії. Такі формати співпраці з ними, як прессіданки, зустрічі off-the-record, пресбрифінги та інтерв'ю сприятимуть формуванню дружнього кола журналістів для ЗДУ.

ІНСТРУМЕНТИ ТА КАНАЛИ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ

Для ефективної комунікації для кожної групи цільової аудиторії рекомендується підбирати відповідні інструменти, формати та канали.

ІНСТРУМЕНТИ ТА ФОРМАТИ:

- 1) комунікаційні кампанії та проєкти;
- 2) реклама та рекламні кампанії (advertorials);
- 3) співпраця з медійними та онлайн-платформами з широкою міжнародною аудиторією, а саме: Netflix, HBO, Wikipedia, BBC, CNN тощо;
- 4) іномовлення;
- 5) культурно-науковий обмін студентами, науковцями, інтелектуалами та художниками;
- 6) пресури, візити журналістів в Україну;
- 7) участь у світових подіях та провідних міжнародних виставках, ярмарках, салонах, кіно- та мистецьких фестивалях, виставках, спортивних змаганнях тощо;
- 8) проведення конференцій, колоквіумів, семінарів спільно з провідними іноземними експертами та громадськими діячами, іноземними аналітичними й дослідницькими центрами;
- 9) операції з надання гуманітарної та іншої допомоги іноземним країнам;
- 10) співпраця з іноземними ЗМІ, журналістами, блогерами та лідерами думок;
- 11) співпраця з закордонними українцями;
- 12) робота культурних центрів;
- 13) викладання української мови;
- 14) нетворкінг;
- 15) розсилки;
- 16) публікації книжок, брошур, каталогів;
- 17) сувеніри з айденікою України;
- 18) виступи на публічних заходах;
- 19) партнерства.

КАНАЛИ:



ЦИФРОВІ

соціальні мережі, вебсайти, блоги, влоги, платформи eLearning, мобільні додатки



МАСМЕДІА

локальні та міжнародні ЗМІ – ТБ, радіо, онлайн, друковані



ЗАХОДИ ТА ПОДІЇ



«АМБАСАДОРИ» УКРАЇНИ

спортсмени, студенти і науковці, іноземні студенти – випускники українських університетів, іноземні політики та діячі, що підтримують Україну.

ЗАКОРДОННЕ УКРАЇНСТВО

Окремим важливим напрямом роботи є використання потенціалу закордонного українства, зокрема:

- 1) для формування позитивного сприйняття України;
- 2) для системного та проактивного поширення проукраїнських наративів на протидію дезінформації та пропаганді;
- 3) для формування цілісного іміджу України у світі у вимірах «людина-людина», «держава-людина» та «людина-держава»;
- 4) залучення до презентації сучасної України, її науково-інноваційної бази, реформ;
- 5) залучення до підготовки та організації культурних та мистецьких проєктів тощо.

Представники світових українських громад різних поколінь та професій глибоко інтегровані в суспільства країн перебування та є «амбасадорами» України. Громадські організації закордонних українців є активними учасниками громадсько-політичного життя у країнах проживання та представляють інтереси українців та України перед суспільствами країн їхнього проживання, політичними та владними структурами на всіх рівнях. Важливою складовою ознайомлення суспільств іноземних країн з Україною є залучення молодих професійних та інтегрованих у суспільство країни проживання українців та молоді українського походження, підтримка її інтересу до України та долучення до зусиль з її розвитку.

Українські професіонали належать до мереж молодих лідерів, підприємців, науковців, фахівців у сфері інформаційних технологій, які вже глибоко інтегровані в суспільства країн перебування та є чудовим медіатором у просуванні позитивного іміджу України у світі. Таким чином, співпраця з осередками закордонного українства є ефективним інструментом популяризації України у світі та досягнення цілей публічної дипломатії.

6.

ГЕОГРАФІЧНІ ПРІОРИТЕТИ

Географічна пріоритезація відбувається з огляду на зовнішньополітичні пріоритети України та в консультації з ключовими державними профільними установами (Українським інститутом, Державним агентством розвитку туризму України, Українським державним центром міжнародної освіти, Офісом із залучення та підтримки інвестицій UkraineInvest тощо).

Пріоритетними країнами для зовнішньої політики України є країни Великої сімки – США, Канада, Японія, Велика Британія, Франція, Німеччина та Італія. Стратегічними партнерами є Польща, Литва, Грузія, Азербайджан, Туреччина, Велика Британія і Бразилія. Пріоритетним також є розвиток відносин стратегічного партнерства між Україною та КНР. У регіональному розрізі стратегічно важливим регіоном є Європа, зокрема регіональні лідери, країни зі скептичним ставленням до України, країни зі стійкою проукраїнською позицією. Пріоритетними регіонами для України є також Близький Схід та країни Південно-Східної Азії, зокрема країни АСЕАН.

У різних напрямках публічної дипломатії пріоритетними країнами та регіонами є:

1) для культурної дипломатії – США, Канада, Велика Британія, Нідерланди, Франція, Німеччина, Польща, Литва, Італія, Австрія, Угорщина, Сербія, Туреччина, Ізраїль, Катар, ОАЕ, КНР, Японія (географія діяльності Українського інституту);

2) для залучення інвестицій – Франція, Німеччина, Велика Британія, США, Нідерланди, Японія, Південна Корея, КНР, Швеція, Данія, Норвегія, Фінляндія, Канада, Катар, ОАЕ, Саудівська Аравія, Бахрейн, Оман, Кувейт;

3) для просування українського експорту – країни ЄС, КНР, країни АСЕАН, Туреччина, країни Близького Сходу, Індія, країни Субсахарської Африки;

4) для просування освітніх можливостей – Бразилія, Аргентина, Марокко, Кувейт, Оман, Йорданія, ОАЕ, Катар, Саудівська Аравія, КНР, Індія, Туреччина, Нігерія, Малайзія, Ізраїль;

5) для просування туристичного потенціалу – Франція, Німеччина, Нідерланди, Бельгія, Велика Британія, Ірландія, Швеція, Норвегія, Фінляндія, Данія, Італія, Греція, Іспанія, Австрія, Польща, Чехія, Білорусь, Литва, Латвія, Естонія, Туреччина, Казахстан, Азербайджан, Малайзія, Філіппіни, Таїланд, Сінгапур, Індонезія, Китай, Японія, Індія, Південна Корея, В'єтнам, Катар, ОАЕ, Саудівська Аравія, Бахрейн, Оман, Кувейт, Єгипет, Йорданія, Ізраїль, США, Канада, Мексика, Аргентина, Бразилія, Австралія, Нова Зеландія;

6) для науково-експертної дипломатії – країни Європи та Північної Америки.

7) для цифрової дипломатії – США, Канада, Японія, Велика Британія, Франція, ФРН, Італія, Польща, Литва, Нідерланди, Бельгія, Ірландія, Швейцарія, Швеція, Норвегія, Фінляндія, Данія, Греція, Іспанія, Австрія, Чехія, Румунія, Угорщина, Туреччина, Малайзія, Сінгапур, Катар, ОАЕ, Кувейт, Ізраїль, Мексика, Бразилія.

7.

РЕСУРСИ

Функція публічної дипломатії МЗС забезпечується кадровими, матеріальними та фінансовими ресурсами.

Департамент комунікацій та публічної дипломатії МЗС, що є профільним структурним підрозділом МЗС у сфері публічної дипломатії, закордонні дипломатичні установи України та Український інститут мають бути наповнені кваліфікованими кадрами, що займаються публічною дипломатією.

Ефективна реалізація стратегії вимагає систематичного підвищення знань у сфері публічної дипломатії для керівників закордонних установ, дипломатів, що займаються публічною дипломатією, та співробітників Департаменту комунікацій та публічної дипломатії МЗС. Розробка та впровадження сталих курсів і тренінгів з публічної дипломатії має здійснюватися у співпраці з Дипломатичною академією України при МЗС.

Функція публічної дипломатії фінансується з державного бюджету України за бюджетною програмою “Фінансова підтримка забезпечення міжнародного позитивного іміджу України, забезпечення діяльності Українського інституту, заходи щодо підтримки зв'язків з українцями, які проживають за межами України”. Для досягнення мети стратегії та винесення на стратегічний рівень зусиль з формування позитивного іміджу України у світі необхідно передбачати у державному бюджеті України за бюджетною програмою видатки у повному обсязі, що забезпечує виконання функції публічної дипломатії на належному рівні, а також налагоджувати взаємодію з організаціями приватного сектору, фондами, неурядовими організаціями та міжнародними партнерами з метою залучення спонсорської допомоги на підтримку проектів публічної дипломатії МЗС.

СПІВПРАЦЯ ТА КООРДИНАЦІЯ

Для успішного виконання Стратегії публічної дипломатії МЗС потрібна ефективна координація та взаємодія Міністерства, закордонних дипломатичних установ України та Українського інституту, а також міжвідомча взаємодія з іншими міністерствами та державними установами й неурядовими організаціями.

ВЗАЄМОДІЯ ТА ФОРМАТИ СПІВПРАЦІ МЗС, ЗАКОРДОННИХ УСТАНОВ УКРАЇНИ ТА УКРАЇНСЬКОГО ІНСТИТУТУ

Міністерство закордонних справ України визначає політики й формує пріоритети та стратегічні цілі у сфері публічної дипломатії, забезпечує належне фінансування та сприятливі нормативно-правові умови для роботи Українського інституту та закордонних дипломатичних установ України, а також погоджує щорічні плани заходів закордонних установ України та Українського інституту.

Міністерство є головним розпорядником бюджетних коштів та відповідальним виконавцем бюджетної програми “Фінансова підтримка забезпечення міжнародного позитивного іміджу України та здійснення заходів щодо підтримки зв’язків з українцями, які проживають за межами України”, якою фінансується напрям публічної дипломатії, зв’язки з закордонними українцями та діяльність Українського інституту.

Щорічні плани заходів ЗДУ та Українського інституту у сфері публічної дипломатії мають забезпечувати виконання цілей Стратегії публічної дипломатії МЗС та Стратегії Українського інституту. Планування та реалізація проєктів має відбуватись за умов своєчасного інформування та тісної координації усіх сторін.

Закордонні установи України щорічно формують і подають плани заходів у сфері публічної дипломатії, які відповідають встановленим пріоритетам та спрямовані на реалізацію стратегії.

Український інститут є державною установою у сфері управління Міністерства закордонних справ України, діяльність якої спрямована на покращення розуміння і сприйняття України у світі та розвиток її культурних зв’язків з іншими країнами. У своїй діяльності Інститут керується Стратегією Українського інституту на 2020-2024 роки та нормативно-правовими актами України, що визначають основи його діяльності та функціонування.

Український інститут є фаховою та експертною організацією, що здійснює власні проєкти у сфері культурної дипломатії та виступає креативним хабом для закордонних установ України для подальшої реалізації проєктів у партнерстві та взаємодії з УІ. Закордонним установам України рекомендовано звертатися до Українського інституту при плануванні та реалізації культурних проєктів за кордоном. Український інститут зі свого боку генерує ідеї актуальних і сучасних культурних проєктів та програм для подальшої реалізації ЗДУ.

КООРДИНАЦІЯ З ІНШИМИ ДЕРЖАВНИМИ ОРГАНАМИ УКРАЇНИ ТА НЕУРЯДОВИМИ ОРГАНІЗАЦІЯМИ У ФОРМУВАННІ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ УКРАЇНИ У СВІТІ: РОЛЬ МЗС

Стратегічні комунікації держави, частиною яких є публічна дипломатія, не обмежуються лише зусиллями МЗС, а потребують скоординованих дій всіх дотичних державних інституцій.

Міністерство закордонних справ України є головним органом у системі центральних органів виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну політику у сфері зовнішніх зносин. Одним із завдань міністерства є сприяння утвердженню міжнародного авторитету України, піднесенню у світі іміджу країни як надійного й передбачуваного партнера.

Міністерство закордонних справ України є координаційним органом у сфері формування позитивного іміджу України та сполучною ланкою для взаємодії з закордонними установами України, організації чи участі в міжнародних заходах з представлення України тощо.

Міністерство тісно співпрацює та взаємодіє на регулярній основі з Офісом Президента України, Міністерством культури та інформаційної політики та державними агентствами й установами, які перебувають у сфері управління МКІП (ДАРТ, Держкіно, Держмистецтво, УІК, УКФ, УІНП, Інформаційним агентством “Укрінформ”), Міністерством молоді та спорту України, Міністерством розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України, Міністерством з питань реінтеграції тимчасово окупованих територій України, Міністерством цифрової трансформації України, Міністерством освіти і науки України та Українським державним центром міжнародної освіти, Офісом із залучення та підтримки інвестицій UkraineInvest, Офісом з просування експорту України, Фондом державного майна України та іншими. Міністерство також взаємодіє з неурядовими організаціями, причетними до формування позитивного іміджу України у світі.

9.

МОНІТОРИНГ ТА КЛЮЧОВІ ІНДИКАТОРИ СТРАТЕГІЧНИХ ЦІЛЕЙ

Система моніторингу та оцінювання виконання стратегії базується на таких показниках та індикаторах:

ЦІЛЬ 1. ПРО УКРАЇНУ БІЛЬШЕ ЗНАЮТЬ У СВІТІ

Індикатори виконання стратегічної цілі:

- 1) кількість ключових світових подій, де представлена Україна;
- 2) показники охоплення подій;
- 3) кількість проєктів і кампаній на міжнародних цифрових платформах;
- 4) показники охоплення проєктів і кампаній;
- 5) кількість згадок про Україну в міжнародних ЗМІ з урахуванням частки позитивних.
- 6) кількість іміджевих заходів,
- 7) показники охоплення заходів;
- 8) відсоток респондентів, які знають про Україну;
- 9) зміна прямих асоціацій з Україною.

Інструменти моніторингу: дослідження громадської думки, медіамоніторинг, інструменти онлайн-аналітики, звітність, статистичні дані.

ЦІЛЬ 2. УКРАЇНУ СПРИЙМАЮТЬ У СВІТІ ЯК ДЕМОКРАТИЧНУ ЄВРОПЕЙСЬКУ КРАЇНУ, ЯКА РУХАЄТЬСЯ ДО ПОВНОПРАВНОГО ЧЛЕНСТВА В ЄС ТА НАТО В УМОВАХ ЗОВНІШНЬОЇ АГРЕСІЇ

Індикатори виконання стратегічної цілі:

- 1) відсоток респондентів, які сприймають Україну як демократичну та європейську країну;
- 2) кількість проєктів, ініціатив і кампаній, ініційованих Україною та тих, до яких Україна долучилась;
- 3) показники охоплення заходів, кампаній і проєктів.

Інструменти моніторингу: дослідження громадської думки, інструменти онлайн-аналітики, звітність.

ЦІЛЬ 3. УКРАЇНА У СВОЇЙ ЗОВНІШНЬОПОЛІТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПОКЛАДАЄТЬСЯ НА СФОРМОВАНУ ДІЄВУ СИСТЕМУ ПРОТИДІЇ ШКІДЛИВИМ НАРАТИВАМ, СПРЯМОВАНИХ ПРОТИ НЕЇ

Індикатори виконання стратегічної цілі:

1. кількість кампаній та показники охоплення;
2. кількість міжнародних проєктів та багатосторонніх заходів.

Інструменти моніторингу: медіамоніторинг, інструменти онлайн-аналітики, звітність.

