

ВГО «ІНСТИТУТ ДЕМОКРАТІЇ ТА СОЦІАЛЬНИХ ПРОЦЕСІВ»
при підтримці ПОСОЛЬСТВА КОРОЛІВСТВА НОРВЕГІЯ

КОДЕКС НАРОДНОГО ДИПЛОМАТА

Київ
УАІД «Рада»
2012

УДК 327.3(062.13)
ББК 66.4я45
К57

Кодекс народного дипломата. — К.: УАІД «Рада», 2012. — 56 с.
ISBN

У поданому посібнику зібрано узагальнені напрацювання науковців та активістів у сфері неформальних стосунків на міжнародному рівні та наведено рекомендації щодо формування іміджу народного дипломата та його поведінки в різних ситуаціях.

Для громадських діячів, діяльність яких пов'язана з практичною народною дипломатією.

УДК 327.3(062.13)
ББК 66.4я45

ISBN

© ВГО «Інститут демократії та соціальних процесів», 2012.

ЗМІСТ

Вступне слово	4
Summary	6
Що таке народна дипломатія?	8
Міжнародний досвід народної дипломатії	13
Досвід України	19
Гендерні аспекти народної дипломатії	21
Хто уособлює народну дипломатію?	24
Практичні поради	40
Список використаної літератури	45
ВГО «Інститут демократії та соціальних процесів»	47
Відомості про авторів	50

ВСТУПНЕ СЛОВО

«Народна дипломатія як фактор розвитку громадянського суспільства». Таку назву мала міжнародна наукова конференція, яка відбулась 13 грудня 2011 року. Її організаторами виступили Дипломатична академія України при МЗС України та ВГО «Інститут демократії та соціальних процесів» при підтримці Посольства Королівства Норвегія в Україні.

Тема конференції виникла на основі аналізу і бачень стану розвитку громадянського суспільства в Україні та його складової — народної дипломатії. Поки що в жодному словнику ми не знаходимо визначення «народна дипломатія» за умов її беззаперечної присутності в сучасних міжнародних відносинах.

За метою своєї діяльності народна дипломатія, зазвичай, не відрізняється від своєї офіційної тезки. В межах будь якої держави вона спрямовує свою діяльність на захист інтересів країни, просування її позитивного іміджу у світі. Водночас, не маючи офіційного статусу в системі міжнародного права, народна дипломатія вільна в застосуванні різних форм і методів заради досягнення своїх цілей і має власний інструментарій. Він складається з акцій підтримки чи протесту, неофіційних візитів і неформальних зустрічей, участі в протокольних заходах з дорадчим голосом, інформаційно-просвітницької діяльності. Як свідчить уже певний досвід, саме дякуючи своїй незаангажованості, народна дипломатія стала впливовим фактором у розбудові міжнародних відносин, з нею рахуються уряди та всесвітні організації, її діяльність сягнула меж національних кордонів.

Усе вищезазване щодо особливостей діяльності народної дипломатії та її статусу, стану та перспектив розвитку було ґрунтовно розглянуто учасниками зазначеної конференції. Майже всі вони висловили думку щодо розробки узагальненого документу, який поєднав би як

досвід розбудови народної дипломатії, так і напрацювання науковців та активістів у сфері неформальних стосунків на міжнародному рівні. Так виникла ідея створення кодексу, що було делеговано організаторам конференції з побажанням урахувати напрацювання науковців Дипломатичної академії та Національної Академії Наук України, порад представників Посольства Королівства Норвегія в Україні та Міністерства закордонних справ України, Міжнародної дипломатичної місії народної дипломатії «Європейська Україна» та дослідницько-інформаційного центру «Міжслов'янська ініціатива», Gorshenin Group, а також представників інших центральних органів влади, наукових і науково-дослідних центрів, громадських організацій.

Виходячи з визначення терміну «кодекс» як збірки, що увібрала в себе розрізнені напрацювання щодо теми «народна дипломатія», його автори дійшли висновку спочатку навести кілька визначень щодо терміну, а потім підкріпити їх прикладами з практики діяльності у цій сфері європейських країн, зокрема, Норвегії, та тих, які є членами ЄС і ПАРЄ, і окремо — гендерними аспектами.

Враховуючи побажання учасників конференції стосовно акторів у сфері народної дипломатії, розробники кодексу навели кілька рекомендацій щодо формування іміджу народного дипломата, його поведінки під час формального та неформального спілкування зі ЗМІ.

Наприкінці наведено правила поведінки народного дипломата як носія манер, які відповідають сучасному баченню етикету і характеризують його як особистість.

Автори кодексу розраховують, що загалом він стане у нагоді для практичної народної дипломатії.

SUMMARY

The rapid development of recently emerged phenomenon of people's/public diplomacy gave an impetus to a group of authors to attempt its classification, tendencies and to breakdown the ways of its further developments.

In international relations, **people's diplomacy** or **public diplomacy**, broadly speaking, is the communication with foreign publics to establish a dialogue designed to inform and influence. There is no one definition of people's diplomacy, and may be easier described than easily defined as definitions have changed and continue to change over time. It is practiced through a variety of instruments and methods ranging from personal contact and media interviews to the Internet and educational exchanges.

Thus the same problem of definition refers to individuals and entities engaged in this variety of activities, also attempted to be classified by authors.

The most visible and/or successful kinds of people's diplomacy such as parliamentary diplomacy, political parties' diplomacy, NGO's diplomacy in their relations with foreign and multinational counterparts found reactions in this brochure, as well as activities by the European Union, the Council of Europe and Kingdom of Norway in the sphere mentioned.

The wide range of participants in the people's diplomacy prompted that relevant practical tips may be useful to readers who are presumed to be people's diplomats. In addition to the regular conferences and meetings, people's diplomats' assemblies are opening the doors for a broad range of different tasks for them. Over the years these organizations have attracted the unremitting commitment in networking and democracy-building activities.

The people's diplomacy supports building and strengthening democracies in different countries in their endeavor to create smoothly working pluralistic multi-party systems on the path to ongoing stable economic and democratic development with primary aim of comprehensive human rights protection.

A greater degree of democracy reduces the preconditions for and risks of terrorism and armed conflicts, which leads to greater international security as the global goal in 21st century.



ЩО ТАКЕ НАРОДНА ДИПЛОМАТІЯ?

Дипломатична діяльність відома зі стародавніх часів. У 16–12 ст. до н. е. високого рівня досягла превентивна дипломатія Стародавньої Індії. Стародавня Греція і Рим укорінили традиції обману та підступності, розпалювання ворожнечі між сусідніми державами з метою їх послаблення та подальшого завоювання.

Дипломатії судилось, доки мовчали гармати, обслуговувати «останній аргумент королів». Як наслідок, дипломатія, що отримала свою назву в кінці 17 ст., набула різноманітних форм і методів, серед яких значну роль відігравали кастовість і утаємниченість.

Рубежем у розвитку новітньої дипломатії вважаються Перша світова війна та події, що відбулись під час і після неї: проголошення «Чотирнадцяти пунктів» В. Вільсона, так званої «відкритої дипломатії» та відмова радянської Росії від кабальних договорів і «таємної дипломатії».

Спрямування дипломатії 20 ст. на запобігання війнам дали поштовх до утворення наднаціональних утворень на міжурядовому рівні, а згодом, у зв'язку зі суттєвим впливом громадськості на політичні процеси, — і на неурядовому.

Розвиток громадянського суспільства, пріоритет захисту прав людини в розвинених демократіях, комунікаційні технології, географічні та геополітичні особливості держав в останні десятиліття призвели до появи нового терміну «народна (або представницька) дипломатія» (people's/public diplomacy). Це поняття охоплює спектр від діяльності неурядових організацій, міжлюдських контактів на міждержавному рівні до механізмів «віртуальної дипломатії» США та, наприклад, «пандової дипломатії» Китаю, як опосередкованих пропагандистських методів впливу державних органів на покращення іміджу країни у світі.

Найбільш ґрунтовним джерелом, де згадуються неурядові організації, є Статут ООН. Наприклад, у ст. 71 вказується, що «ЕКОСОП уповноважується проводити потрібні заходи щодо консультацій для неурядових організацій, зацікавлених у питаннях, які належать до їх компетенції». На регіональному рівні взаємовідносини між міжнародними неурядовими організаціями врегульовані Європейською конвенцією «Про визнання правосуб'єктності міждержавних неурядових організацій» 1986 року.

Наведемо кілька визначень народної дипломатії.

«Народна дипломатія відрізняється від офіційної дипломатії тим, що вона включає в себе взаємодію не тільки з урядами, а й, у першу чергу, з неофіційними представниками на НУО. Крім того, діяльність народної дипломатії часто ілюструє велику кількість різних думок, висловлених звичайними громадянами й організаціями на додаток до офіційних заяв».

«Народна дипломатія спрямована на забезпечення національних інтересів держави шляхом розуміння, інформування та впливу іноземної аудиторії» (Едвард Марроу, 1963 р., директор USIA — структура, яка координує народну дипломатію при Держдепі США).

«Народна дипломатія є суспільним обличчям традиційної дипломатії. Традиційна дипломатія прагне відстоювати інтереси держави за рахунок приватних обмінів з іноземними урядами. Це відбувається за допомогою координації і паралельно з традиційними дипломатичними зусиллями» (Крістофер Росс, Гарвардський форум, 16 січня 2002 р.).

«Народна дипломатія за своєю природою прозора, але вона не може бути протиставлена традиційній дипломатії, діяльність якої, за визначенням, спрямована на благі цілі» (Марк Макдоуел, в минулому співробітник МЗС Канади, член Консультативної Ради при Спільній народній дипломатії, Гарвардський університет).

Щоб скласти чіткіше уявлення про народну дипломатію, звернімося до наочності. На рисунку 1 умовно зображено дві держави А і Б

з їх урядами і громадськістю. Давайте поміркуємо, яким чином країна А може впливати на країну Б. Стрілка уособлює традиційну дипломатію шляхом безпосереднього впливу уряду А на уряд Б за допомогою офіційних заяв, офіційних заходів, дипломатичної переписки й інших подібних формальних засобів. Громадськість країни Б не залучається у зазначений процес.

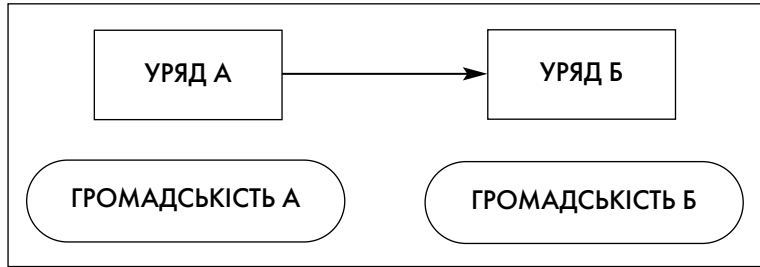


Рис. 1.

На рисунку 2 ми додали ще одну (жирну) стрілку, яка являє собою спробу уряду країни А безпосередньо впливати на громадськість країни Б. Це може бути прямою метою (наприклад, метою сприяння торгівлі чи залучення туристів, інвесторів, студентів та іммігрантів) або уряд країни А може опосередковано, через громадськість країни Б, впливати на її уряд (пунктирна стрілка).

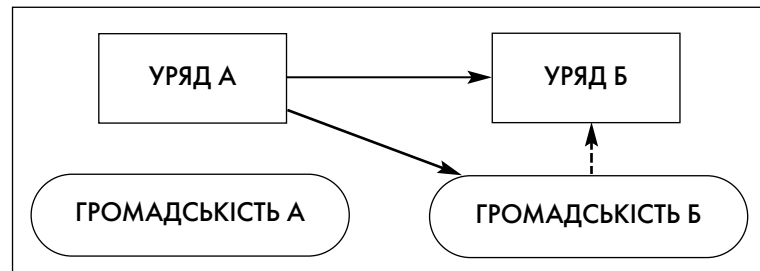


Рис. 2.

Тобто уряд країни А може просувати власний позитивний імідж всередині громадського середовища країни Б для того, щоб натиснути на уряд країни Б, аби той, у свою чергу, вжив певні заходи, що принесе подальшу вигоду уряду країни А.

У деяких спільних заходах проведення народної дипломатії, таких як культурні обміни, може бути не ясно (навіть для організаторів), що

є кінцевою метою: вплив на суспільство або уряд країни Б. Національні кампанії по просуванню власного іміджу можуть бути спрямовані на те, щоб країни виглядали більш привабливими для туристів і підвищували інтерес до своєї продукції, а в більш довгостроковій перспективі можна намагатися будувати дружбу між народами двох країн з геополітичних причин.

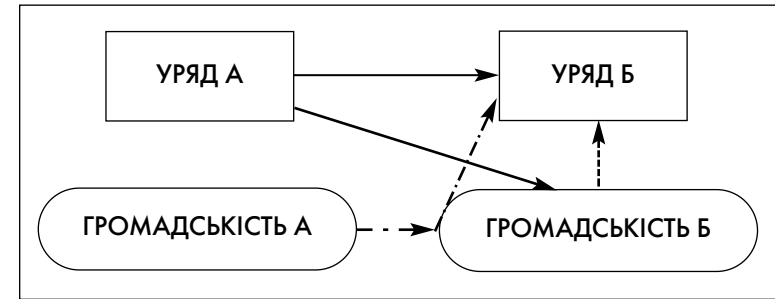


Рис. 3.

Отже, ми підходимо до суті того, хто «володіє» народною дипломатією. Народна дипломатія є найбільш живою і багатогранною, а також покликана викликати довіру, коли вона проводиться урядами у співпраці з громадянським суспільством. На рис. 3 пунктирна з крапками стрілка показує вплив громадськості країни А на громадськість країни Б. Це можуть бути гастролі танцювальних і музичних колективів або проведення кінофестивалю, чи співпраця з колегами представників однієї НУО в іншій країні. Звичайно, така діяльність може здійснюватися за відсутності впливу уряду, але, в ідеалі, народна дипломатія досягне своєї цілі тільки тоді, коли вона є частиною загальної продуманої стратегії (або, принаймні, узгоджена з урядом) і направлена на певну мету.

Народна дипломатія працює краще, коли всі стрілки узгоджені. Зростання впливу глобалізації, особливо інформаційних технологій і масових потоків міжнародного зв'язку та подорожей, сприяє суспільному обміну. НУО з країни А впливають або формують своє бачення у партнерів з країни Б, і це є безперервний діалог інтересів етнічних груп, учених і художників, бізнесменів та активістів. Справді, взаємодія громадськості стає все більш важливою, і її зростаючий вплив інколи відіграє вирішальну роль у міжнародній політиці. Усі міжнародні контакти, навмисні чи випадкові, впливають на кінцеву ціль народної дипломатії.

напрямів, аби максимально узгодити діяльність НУО й офіційних органів).

В. Делегації Комісії, що посідають чільне місце (зовнішня комунікація) — займаються конкретними технічними аспектами народної дипломатії.

Важливе значення Комісії підтверджують бюджетні асигнування на зовнішню комунікацію: **8 млн євро на рік**.

Діяльність делегацій передбачає:

- визначення цільової аудиторії комунікації;
- розробку комунікативних ініціатив;
- безпосередню комунікацію з цільовими групами (журналісти, науковці, НУО, молодь).

Форми комунікації делегацій: семінари, конференції, візити, інформаційні видання, електронна розсилка, веб-сайти, публічні виступи, культурні та спортивні заходи, нагородження журналістів преміями, ярмарки, співфінансування каналу EuroNews, заснування каналу EUtube в межах YouTube.

Окрім інформаційного персоналу, за кожним проектом закріплюються *відповідальні дипломати*, які забезпечують належний рівень і обсяг комунікації.

2. Вплив на «поток» новин: оформлення новин відповідно до основних меседжів ЄС; кожна новина має бути в контексті іміджу ЄС (демократія, різноманіття, права і свободи особи).

З'являються коментарі у місцевих новинах третіх країн — інструмент «як потрібно зробити», щоб наблизитись до стандартів ЄС.

3. Стратегія встановлення контактів поза ЄС:

- студентські програми обміну;
- програма візитів (щорічно запрошуються приблизно 160 державних службовців, представники профспілок і голови НУО на 5–8-денний візит до ЄС, що включає зустріч з посадовими особами ЄС);
- програма Erasmus Mundus, спрямована на поглиблення розуміння європейських цінностей (щорічний бюджет 950 млн євро; створення спільних магістерських і докторських програм між науково-освітніми установами ЄС і не ЄС, що передбачає надання стипендій студентам із закордонних навчальних закладів).

4. Підтримка діяльності громадянського суспільства:

Орієнтація на:

- підтримку тих проектів, що відповідають розвитку ключових принципів ЄС;
- надання допомоги третім країнам з метою зміцнення громадянського суспільства (що фактично означає збільшення впливу);
- створення мереж зв'язків між офіційним урядом і НУО.

Найкращий механізм встановлення зв'язків із громадянським суспільством — дати змогу громадським організаціям отримувати офіційне фінансування з ЄС.

Проект, що подається в заяві на фінансування, повинен мати чітко визначені цілі, що обов'язково відповідають ключовим меседжам і напрямкам діяльності самого ЄС; це робиться не для нав'язування певних завдань, а для забезпечення зв'язку між загальною стратегією ЄС і громадськими проектами.

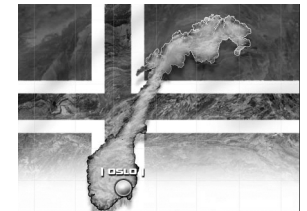
Таким чином, стратегічні цілі ЄС виконуються самими громадськими організаціями.

Публічне обговорення питань, які розглядаються в проектах, проводять не офіційні урядові установи, а «альтруїстичні» НУО, які користуються більшою довірою народу. Ініціатива проведення публічних заходів належить громадським організаціям, однак питання, які піднімаються на цих заходах перебувають у контексті загальноєвропейської стратегії. Використання символів ЄС є обов'язковим, оскільки зазначені проекти мають урядові джерела фінансування, що теж збільшує довіру народу до офіційної влади.

Норвегія переслідує у своїй зовнішній політиці чіткі та прагматичні цілі, де народна дипломатія є серйозним інструментарієм заради досягнення поставлених завдань.

Основним своїм завданням, як і країни ЄС, Норвегія вбачає донесення **власного позитивного іміджу** до громадськості інших країн.

Національний образ Норвегії відіграє найважливішу роль у глобальній боротьбі за політичний вплив, інвестиції, торгівлю і туризм. Народна дипломатія і сприйняття Норвегії — її цінності, мотивація, досвід — поєднуються заради створення національного іміджу для кожної конкретної ситуації у міжнародній політичній та економічній сферах.



Яким чином формується образ Норвегії?

• *Гуманітарна наддержжава*: Норвегія знаходиться лише на 115 місці у світі за розміром, але вона перша у світі за статусом гуманітарної держави і випереджає всі інші країни з точки зору її ролі у підтримці миру у світі, що виходить далеко за рамки діяльності норвезького уряду, враховуючи кожен аспект норвезького громадянського суспільства від НУО та бізнесу до звичайних громадян.

• *Життя з природою*: норвежці діляться унікальними відносинами з природою, використовуючи її потенціал паралельно із запровадженням новаторських підходів охорони навколишнього середовища, таких як податок на викиди вуглецю, переробка сміття й очисні технології.

• *Рівність*: Норвегія є живим доказом того, що рівність та економічна динамічність можуть поєднуватись. Будучи найбагатшою країною в Європі, вона має найнижчий рівень нерівності, загальну систему соціального забезпечення та високий рівень зайнятості населення.

• *Інтернаціоналізм / Дух пошуку пригод*: історія Норвегії рясніє відомими шукачами пригод, від вікінгів до Амундсена. Спорт теж став прикладом міжнародної пригодності. Ходять чутки, що норвежці винайшли спортивні лижі. Слова «лижі» і «слалом» є норвезькими. Щоб довести свою спортивну вправність, Норвегія виграла більше зимових Олімпійських медалей, ніж будь-яка інша країна.

Прикладом успішної реалізації народної дипломатії окремих держав може слугувати така специфічна форма як **парламентська дипломатія**. Вона набула свого розвитку в державах Західної Європи на фоні появи нових суверенних утворень після припинення існування Варшавського договору. Процес бажаної для Заходу демократизації цих держав, у тому числі й України, відбувався непросто, зокрема через тривалу відсутність практики представницької демократії. Саме тому парламентарії окремих європейських країн взяли до виборчого «лікнепу» у постсоціалістичних державах. Одночасно в багатьох із них відбувалися збройні конфлікти на тлі складнощів поділу територій за етнічною ознакою, тому парламентська дипломатія, деякою мірою вимушено, взяла на себе й функції посередництва та механізмів запобігання й розв'язання конфліктів.

Моніторинг парламентських виборів і парламентські миротворчі місії стали настільки розповсюдженими, що **Парламентська асамблея Ради Європи**, членами якої є парламенти



всіх держав на території постсоціалістичного табору (за виключенням Республіки Білорусь, членство якої було призупинено у 1997 році), у 2006 році присвятила темі народної дипломатії Щорічну конференцію голів парламентів. Цією темою в рамках ПАРЄ опікується Моніторинговий комітет, який проводить моніторингові процедури. Зараз у цих рамках перебувають 8 держав-членів Ради Європи з Україною включно, постмоніторинговий діалог ПАРЄ веде з трьома державами, а питання щодо демократизації періодично виникають і до держав-членів ЄС, які водночас входять і до Ради Європи.

Слід зазначити, що подібні функції взяли на себе і такі міжпарламентські організації як Парламентська асамблея ОБСЄ та Міжпарламентська асамблея СНД.

ДИПЛОМАТІЯ ПОЛІТИЧНИХ ПАРТІЙ

Політичні партії в демократичних державах, як засновники та провідники в житті ідеологій, у 20 ст. вдалися до пошуку ідеологічних союзників за кордоном. Обмін візитами, підтримка політичних союзників, укладання договорів і меморандумів про співпрацю, конгреси й форуми — ось неповний перелік форм такої співпраці, спрямованої на підсилення сповідуваної ідеології, що копіює прояви традиційних видів дипломатичної діяльності.

Згодом ця співпраця призвела до появи наддержавних політичних організацій, яскравим та успішним прикладом яких може слугувати всесвітня організація соціалістичних, соціал-демократичних і робітничих партій Соцінтерн.

Соцінтерн — міжнародна неурядова організація. У сучасному вигляді організація була утворена у Франкфурті-на-Майні в 1951 р. Соцінтерн має консультативний статус в ООН (Категорія I), а також зв'язки не тільки з політичними рухами у всьому світі, а й низкою неурядових і урядових організацій.

Маючи статус міжнародної неурядової організації, Соцінтерн є наріжним каменем для інтеграції як політичних партій, так і міжнародних регіональних і національних неурядових організацій. На всесвітньому рівні до сателітів Соцінтерну слід віднести Жіночий Соціалістичний Інтернаціонал, Міжнародний Рух Фальконів — Освітній Соцінтерн і Молодіжний Соціалістичний Інтернаціонал. Найпотужнішою організацією соціал-демократів на європейському рівні є Партія європейських соціалістів (ПЕС), рішення якої є обов'язковими

до виконання для Прогресивного Альянсу соціал-демократів у Європарламенті та мають рекомендаційний характер для партій-членів ПЕС. На національному рівні, в основному у розвинених демократичних державах, мережа політичних організацій підкріплена відповідними фондами, про роль яких ішлося вище.

Приблизно таку саму структуру мають всесвітні мережі інших політичних об'єднань: християнських демократів, лібералів, консерваторів, комуністів тощо.

ДОСВІД УКРАЇНИ

З самого початку своєї діяльності, залежні від іноземної донорської допомоги, український неурядовий сектор, з одного боку, а також уряд з невеликим демократичним досвідом управління, з іншого, згаяли багато часу за традиційного способу фінансування представницької демократії через механізм відповідного оподаткування населення. Такий механізм, зокрема, передбачав регулярну іміджеву роботу громадських організацій серед населення України в питанні пріоритетності своєї діяльності щодо інших ініціатив громадськості. Натомість усі сили формалізованого громадського сектору довгий час були спрямовані на доведення власної демократичності, що опосередковано негативно впливало на імідж нашої держави в цілому. Цей процес відбувався при мовчазній бездіяльності уряду у сфері освоєння механізмів м'якої влади до народних дипломатів, які, у свою чергу, встигли здобути зв'язки і авторитет у певних західних колах.

Легітимізація відносин між громадськими організаціями й урядом в Україні фактично розпочалась у 2004 році із затвердження Постанови Кабінету Міністрів України «Про деякі питання щодо забезпечення участі громадськості у формуванні та реалізації державної політики», яка вперше передбачила створення громадських рад при органах державної влади України як на центральному, так і на регіональному та місцевому рівнях з метою громадського обговорення урядових ініціатив. Станом на 2012 рік діє Постанова КМУ № 996 від 3 листопада 2010 року «Про забезпечення участі громадськості у формуванні та реалізації державної політики», що стала сигналом до створення Громадської ради, зокрема при Міністерстві закордонних справ України, головними завданнями якої визначено: створення умов для реалізації громадянами конституційного права на участь в управлінні державними справами; здійснення громадського контролю

за діяльністю МЗС; сприяння врахуванню МЗС громадської думки під час формування та реалізації державної політики. Від Міністерства закордонних справ України Громадську раду курує Департамент інформаційної політики, що корелюється з пропагандистсько-іміджевим наповненням функцій Ради, оскільки діяльність таких акторів міжнародних відносин як громадські організації розглядається як додаткова, субсидіарно-консультативна, а не офіційно легітимна дипломатична діяльність.

Завданням, що поки що є невиконаним українськими народними дипломатами від третього сектора (неурядових організацій), є визнання інтересів України як держави за пріоритет своєї діяльності, збільшення зусиль щодо донесення своїх напрацювань до пересічних громадян України, а також усвідомлення своєї відповідальності за дії на міжнародному рівні для довгострокового іміджу держави у світі.

Жоден уряд в Україні й досі не визнав необхідність відчутного для населення бюджетного фінансування громадського сектору, що стало б сигналом невідворотності демократичного шляху розвитку України, а також взяття під контроль демократичних процесів у середовищі народних дипломатів саме українським урядом. У цьому ключі можна говорити про існуючу опосередковану небезпеку превалювання іноземної народної дипломатії на території України.



ГЕНДЕРНІ АСПЕКТИ НАРОДНОЇ ДИПЛОМАТІЇ

Побудова демократичного суспільства зазвичай супроводжується трансформацією гендерних відносин у напрямі до гендерної рівності чи гендерного паритету. Іншими словами, демократизація суспільства неодмінно має гендерну складову.

Після здобуття Україною незалежності в 1991 році бурхливий процес переходу до «пострадянських» реалій надзвичайно негативно позначився на житті населення.

Активна участь жінок у соціальному, політичному й економічному житті країни тісно пов'язана з економічним розвитком і демократичними інституціями.

Формально жінки в Україні рівноправні. Однак слабким місцем їхньої сучасної рівноправності є те, що хоча остання і поширюється на багато сфер суспільної діяльності, проте не забезпечує рівних можливостей сходження жінок по драбині суспільної ієрархії, не забезпечує їм рівного доступу до прийняття важливих суспільних рішень.

Основною рушійною силою гендерних змін у країні є громадські організації та жіночі рухи. Але через обмежені ресурси нашої країни, виділені на громадські й жіночі організації та діяльність, спрямовану на забезпечення прав жінок, допомога Заходу (міжнародних донорів) була і залишається вирішальним ресурсом як ідеологічної, так і фінансової підтримки гендерних проектів. Місцеві діячі працюють у тісному співробітництві з міжнародними організаціями, представленими в регіонах. З огляду на це, забезпечення усього спектру прав людини для жінок України і заохочення жінок до політичного прийняття рішень значною мірою залежать від того, наскільки західні і місцеві діячі знайдуть ефективні шляхи співпраці і досягнуть взаємного порозуміння щодо спільних принципів своєї роботи.

Перші спроби входження в міжнародний простір громадських організацій з жіночим обличчям були пов'язані з формуванням міжнародних стосунків з *українськими організаціями діаспори* — Світовою Федерацією Українських Жіночих Організацій (СФУЖО), Союзом Українок Америки, Товариством українських жінок імені Ольги Басараб (Канада), Товариством українських жінок імені О. Теліги (Великобританія), Українським Золотим Хрестом (США), Суспільною службою українців у Канаді та багатьма іншими. Проведення спільних акцій, взаємовідвідування делегацій сприяли трансформації світобачення українських жінок.

Для утвердження принципів гендерної рівності важливу роль відіграє співпраця з *жіночими організаціями країн колишнього Радянського Союзу*, в першу чергу, з російськими жіночими організаціями. Останні роки активізувалися контакти, обмін досвідом, проведення спільних акцій і конференцій між жіночими організаціями України і країн Центральної та Східної Європи.

Важливим фактором розвитку громадянського суспільства стало входження жіночих організацій до *міжнародних структур*. З часу проголошення незалежності України розпочався процес поновлення контактів з Міжнародною Радою Жінок (МРЖ). Україна мала в цій структурі членство до 1925 р., але пізніше його втратила. Поряд з цим жіночі організації України мають членство в Міжнародній Організації Сприяння Жінкам у Вищій Освіті (Advancing Women in Higher Education), Міжнародному Альянсі жіночих організацій країн ННД та КАРАТ коаліції — мережі жіночих неурядових організацій з 10 країн Центральної та Східної Європи. Жіночі організації України співпрацюють з організацією «Women, Law and Development intl.» (США), з Нідерландським тренінговим центром «Гендер і Розвиток» (м. Гаарлем), Американською Національною Асоціацією жінок в освіті (NAWE) та багатьма іншими.

Входженню жіночих організацій у міжнародний простір, освоєнню нових технологій співпраці, приєднанню до нових наукових підходів у дослідженні соціальних проблем сприяє реалізація жіночими організаціями *проектів міжнародних установ, програм різних фондів*. Це, в першу чергу, програми ПРООН, Британської Ради, ЮНІФЕМ, ТАСІС, Міжнародного Фонду «Відродження», Фонду «Євразія», Жіночого консорціуму ННД-США, Мережевого жіночого центру Схід-Захід OWEN, Канадського Бюро Міжнародної Освіти за участю Канадсько-Українського Бюро, Нідерландського фонду Мама Cash, Центрально-Європейського університету (Будапешт), Агенції США

з міжнародного розвитку, Global Fund for Women та інших. У межах цих проєктів проводяться спільні конференції, літні школи, стажування, обмін досвідом тощо, це сприяє піднесенню рівня жіночого самоусвідомлення.

Розширенню контактів з жіночими організаціями інших країн допомагають *міжнародні конференції* зі становища жінок, з проблем гендерної рівності. Особливе місце в розгортанні жіночого руху України та розширенні уявлень про шляхи утвердження гендерної демократії належить IV Пекінській Конференції зі становища жінок (1995 р.). Ця, проведена під егідою Організації Об'єднаних Націй, конференція чітко дотримувалася принципу широкого залучення неурядових організацій до її роботи з тим, щоб НЖО були дієздатними партнерами в обговоренні питань конференції та прийнятті заходів за її підсумками. Участь української неурядової делегації, яка нараховувала понад 60 учасниць, стала, по суті, першим досвідом співпраці з НЖО інших країн у лобюванні жіночих інтересів, сприяла обміну досвідом, вплинула на трансформацію свідомості самих діячок українських жіночих організацій.

Зміцнення партнерських відносин народних дипломатів з метою просування і розширення прав жінок закликає їх вивчати стан прав жінок на національному, регіональному та міжнародному рівнях з метою виявлення прогресивних тенденцій.

Рекомендації НУО:

- отримувати, аналізувати й поширювати ґрунтовну інформацію щодо реальної ситуації в соціально-економічному та політичному середовищах країни шляхом співпраці з міжнародними організаціями та інституціями;
- підвищувати обізнаність, формувати потенціал і проводити інформаційно-пропагандистські кампанії, що об'єднують найвагоміших партнерів у велику паритетну коаліцію (жіночі НУО, активісти профспілок, жінки-активістки з політичних партій, експерти з гендерної рівності, однодумці та прихильниці з мас-медійного простору);
- активно співпрацювати з міжнародними організаціями щодо просування гендерної рівності в усіх сферах життя України;
- використовувати ресурси міжнародних фондів з метою подолання місцевих проблем і окремих перешкод на шляху до гендерних перетворень в Україні;
- розробляти власні ініціативи і брати участь на всіх стадіях міжнародних програм розвитку;
- активно вивчати досвід інших країн у ствердженні гендерної рівності і пристосовувати його до українських реалій.



ХТО УСОБЛЮЄ НАРОДНУ ДИПЛОМАТІЮ?

Здається, відповідь на це запитання дуже просте: кожен, хто має можливість спілкуватися з іноземцями як в Україні, так і за її межами. Це водночас і учасники щорічного саміту в Давосі, і антиглобалісти, які протестують проти зазначеного зібрання.

Але ми будемо, використовуючи досвід європейських країн, говорити про особу, основним покликанням якої є проведення власної міжнародної громадянської діяльності, враховуючи потрібні якості кадрового дипломата. Ця діяльність має втілюватись у просуванні позитивного іміджу країни за кордоном як шляхом міжнародних зв'язків НУО, організації міжнародних заходів, співпраці з офіційними дипломатичними представництвами, так і в налагодженні міжособистісних закордонних контактів, участі у міжнародних конференціях, тренінгах, студентських програмах, спортивних змаганнях.

Для спрощення викладення матеріалу ми будемо використовувати термін «народний дипломат» (НД), хоча це поняття майже відсутнє у науковому середовищі і маловживане у практичному значенні.

Можливо, з нашої подачі в майбутньому «народний дипломат» займе своє місце у дослідженні й аналізі визначеної проблематики.

Отже, якими якостями має володіти народний дипломат? Міністр закордонних справ України (1994–1998 рр.) Г. Й. Удовенко у цьому контексті назвав «Принцип трьох П: професіоналізм, патріотизм і порядність». Можна зробити лише ремарку стосовно професіоналізму. Для народного дипломата не обов'язкова дипломатична фахова підготовка (хоча і є бажаною). Але потрібно завжди бути професіоналом у своїй спеціалізації.

Наведемо *перелік якостей*, на наш погляд, ідеального НД.

Спочатку назвемо риси, які мають суб'єктивний характер, тобто не залежать від свідомості і психіки особистості. Це — стать, вік, здоров'я.

Стать Діє принцип гендерної рівності, тобто рівних можливостей.

Вік Другою найважливішою біологічною ознакою, що впливає на ефективність діяльності НД, є вік. Про його дію, звичайно, можна говорити лише в загальному плані, враховуючи досить часті винятки з правил, які пояснюються особистісними особливостями людей. Головні переваги молодого НД: енергійність, висока сприйнятливність до інновацій і заповзятливність, міцне здоров'я, хороша працездатність. Але вони поступаються старшим колегам у досвідченості, специфічному людському капіталі: знаннях специфіки організації, холонокровності, мудрості, умінні відрізнити основне від другорядного.

Здоров'я Здоров'я включає в себе не тільки фізичні, але і психо-соціальні критерії. Біологічно здоровий організм людини функціонує в оптимальному режимі й адекватно реагує на зміни в навколишньому середовищі. Обрати в тих чи інших умовах здоровий спосіб життя ми можемо. Поняття ж психічного здоров'я є дещо відмінним. Воно залежить від соціального здоров'я середовища, у якому особистість формується. Соціальні зв'язки (сім'я, рідні, близькі, друзі, співробітники тощо) можуть впливати на нього як позитивно, так і негативно.

Освіта Займає проміжне положення між об'єктивними і суб'єктивними факторами ефективної міжнародної громадської діяльності, тому що міцне засвоєння знань і продуктивне їх використання не завжди залежать від грошей, а часто — від властивостей особистості, індивідуальних здібностей і рівня інтелекту.

До об'єктивних чинників відносяться: соціально-економічне становище НД і його статус у суспільстві.

Далі розглянемо, яким чином вищезазначені якості можна ефективно використовувати для створення власного іміджу при формальному та неформальному спілкуванні.

Узявши за мету стати НД, особа всіляко сприяє створенню власного унікального іміджу, який є вихідним елементом як в офіційному спілкуванні, так і в неофіційному. Імперативними складовими іміджу НД постають: дотримання норм ділового та дипломатичного етикету, відповідний зовнішній вигляд, гарні (галантні) манери, вдало підібраний одяг (костюм, вбрання), зрозуміле і професійно поставлене мовлення тощо.



Особистий імідж — це «ваша особистість в очах інших людей». У вас не буде другого шансу, щоб виправити перше враження.

Усім відома народна мудрість: «зустрічають за одягом». Саме з нього починається оцінка вас іншими.

При сприйнятті зовнішнього вигляду велику роль відіграє так званий «ефект краю». Це означає, що найвища і найнижча точки вашого зовнішнього вигляду привертають найбільшу увагу. Просто кажучи, це — зачіска і черевики. Також увагу привертають аксесуари. В одязі краще уникати як ультрамодного стилю, так і застарілого.

Формулу професійної зовнішності та іміджу можна визначити таким чином: доглянута людина, яка поводить себе впевнено та гідно й одягнена відповідно до часу, місця й характеру події. Адже одяг — це свого роду візитівка не лише певної особи, а й установи чи організації, яку вона представляє.

Згадана вище народна мудрість, маючи своє продовження: «за розумом проводжають», підтверджує, що зовнішній вигляд не є самодостатнім у формуванні сприятливого іміджу людини. Він не може компенсувати духовну й інтелектуальну бідність, вади в освіті, відсутність гарних манер. Однак відповідність зовнішнього вигляду певному статусу особи — один з важливих, хоча й не основних показників його культури.

Н.В. Що шкодить вашому іміджу:

- Нехлюйство (розхлябаність) — в одязі, поведінці тощо.
- Зовнішнє демонстрування поганого настрою, понурість.
- Неорганізованість, постійні запізнення на зустрічі.
- Зверхнє ставлення до людей. Усі мають право на власну думку, незважаючи на те, наскільки безглуздою ви її вважає.
- Невпевнена, нерішуча поведінка.
- Неуважне сприйняття того, що каже співрозмовник.
- Надмірна емоційність або, навпаки, скованість, сором'язливість.
- Негнучкість, вперта непоступливість.

- Відсутність активності під час спільного вирішення важливих справ.
- Пліткування чи ретранслявання пліток.

Імідж організації, яку ви представляєте.

Техніка позиціонування використовується не тільки для створення іміджу окремих людей, такі самі завдання ставляться і для НУО. Довіра, репутація, статус — це цілі, яких прагнуть досягти більшість організацій. Істотною характеристикою тут є візуальна картинка організації.

Слід також пам'ятати, що у випадку організацій, імідж не може носити абстрактний характер. Інформаційний меседж про вашу організацію має нести в собі повідомлення, відібрані таким чином, щоб відображати певні аспекти діяльності.

Імідж організації є визначеним економічним потенціалом, що особливо важливо для фінансових інституцій, де рівень довіри настільки ж працююча категорія, як і інші цілком матеріальні показники діяльності. Значимість іміджу сьогодні зростає через дедалі зростаючий вплив на життя людини комунікативних потоків. Те, як організація сприймається громадськістю, іноді може бути навіть важливішим, ніж «ціна продукту» НУО. Імідж, як картинка-символ, що замінює собою більш складну структуру, стає важливою складовою діяльності.

Імідж країни є найважливішим капіталом, що сприяє зміцненню геополітичного статусу держави на світовій арені, забезпеченню її безпеки, захисту і просуванню національних інтересів. Необхідність побудови сприятливого міжнародного іміджу держави є одним з найактуальніших і важливіших завдань. Позитивний імідж країни — це важливий інструмент, який відкриває їй доступ до спільноти цивілізованих демократичних держав.

Об'єктивний імідж країни дозволяє формувати стійке морально-психологічне середовище, сприятливе для інтеграції держави у світовий простір, забезпечення їй гідного місця в структурі світових економічних відносин й адекватної наявному потенціалу ролі у світовій політиці.

Міжнародний імідж держави допомагає закріплювати політичні успіхи на світовій арені, вибудовує потрібний асоціативний ряд за її кордонами. Направлене використання міжнародного іміджу сприяє формуванню вигідних громадських думок, що забезпечують досягнення національних інтересів країни.

Першочергове значення у створенні позитивного іміджу країни відіграє внутрішня стабільність всередині держави, відданість

загальноприйнятим демократичним цінностям і процедурам. Складовою міжнародного іміджу є також активне просування інформації про ресурсні й економічні потужності держави, її виробничі, науково-дослідні та науково-технологічні, освітні можливості, рівень кваліфікації робочої сили, переваги географічного розташування та транзитний потенціал.

Формуванню позитивного іміджу сприяють міжнародні ініціативи, які набувають широкого розголосу у світі: активна й дієва участь у врегулюванні міжнародних конфліктів, зусилля держави у здійсненні миротворчих операцій, пропозиції щодо скорочень озброєнь, роззброєння та підтримання режиму нерозповсюдження тощо.

Заходи, спрямовані на формування позитивного іміджу, включають: безпосереднє централізоване розповсюдження фактичної, статистичної та довідкової інформації про країну, організацію поїздок представників іноземних держав, міжнародних організацій, іноземних ЗМІ, встановлення та налагодження контактів у різних країнах світу.

Формування негативного іміджу є результатом не лише дій, безпосередньо спрямованих на дискредитацію країни, а й недостатнього просування у світі інформації про позитивні зрушення в її внутрішньому розвитку та зовнішній політиці.

Але повернімося до особистого іміджу, розглянувши формальне і неформальне спілкування, зазначені вище.



Формальне спілкування складається з промов на прес-конференціях, он-лайн спілкування, інтерв'ю, дебатів тощо. Для написання та виголошення успішної промови завжди спочатку визначте, що саме ви хочете донести, якій меті служить ваша промова, що ви хочете розповісти слухачам. Приймайте запрошення на виголошення промови тільки тоді, коли ви вважаєте, що це поширить ваше послання. Дуже часто запрошення виголосити промову дають без урахування цієї потреби, просто за звичкою чи роблячи послугу. Але це пуста трата часу для слухачів, оратора та, зрештою, що не менш важливо, і для спічрайтера. Якщо ви заздалегідь визначите, яке послання хочете донести до аудиторії, то будете більш сконцентровані під час написання промови і створите її такою, яка запам'ятається слухачам надовго.

Інколи здається, що виступ на початку засідання одразу вплине на результат розгляду питання, але іноді доречно відкласти виступ до самого кінця: останні виступи запам'ятовуються і сприймаються краще.

Скільки разів доведеться виступати? Краще брати слово кілька разів, кожного разу порушуючи лише одне важливе питання. Бо виступ «одразу і про все» є непереконливим, він лише розпорощує увагу аудиторії.

Ретельна підготовка є дуже важливою для кожної промови. З якої нагоди вона має бути? Якою буде ваша тема чи є у вас вся потрібна інформація, чи її ще потрібно збирати? Що ви знаєте про своїх слухачів? Хто вони, якою мовою розмовляють? Які в них інтереси, чому вони прийшли? Що вони вже знають про тему вашої промови?

Переконайтесь, що ви складаєте вашу промову *чітко та ясно*. Чітка структура важлива в кожній промові. Це створює ключові пункти і для оратора, і для слухачів. Зрештою, читаючи статтю в газеті, ви завжди можете повернутися до попереднього абзацу, щоб перечитати факти, наведені в ньому. Під час прослуховування промови, на жаль, немає кнопки, щоб відмотати все назад. Тут актуальні усі старі поради щодо ораторського мистецтва: чітка структура промови настільки ж важлива зараз, як і в античні часи. Гарна промова будується за ієрархічною структурою, речення за реченням, абзац за абзацом аж до кульмінації із застосуванням прийому, який використовується у романах: після вступної частини оповідач розвиває свою історію майже три чверті твору до кульмінації, а потім іде завершальна частина, яка розставляє все на свої місця. Бажано завершити свою промову одою, яка дає плоди для розмірковувань, майже так, як це роблять священики, завершуючи проповіді маленькою мудрістю або моральною порадою, про яку треба подумати. Корисним структурним ходом для підтримання аудиторії в курсі справи є коротке нагадування того, про що йшлося, і про що йтиметься надалі: «до цього моменту ми говорили про...», і «ось наступний пункт, у якому мова піде про...». Завжди приділяйте більше уваги початку та кінцю вашої промови.

Використовуйте *яскраві образи*, які легко запам'ятовуються. Намагайтесь, аби ваші описи запам'ятовували й використовуйте оповідальні техніки, ніби ви намагаєтесь створити в уяві слухачів вашу історію у вигляді фільму. Це абсолютно гарантований спосіб донесення вашого послання. В ідеалі аудиторія настільки запам'ятає вашу історію, що пов'язуватиме її з посланням.

Говоріть зрозуміло. Промови треба виголошувати голосно, тому уникайте довгих речень. У слухачів немає можливості перечитати

текст, тому все, що ви кажете, має бути зрозуміло одразу. Багато промов насичено жаргонними словами, тому що в багатьох організаціях використання жаргону є ознакою експертного рівня, а звідси і статусу. Але в промові жаргон знаходиться під цілковитою забороною. Використання жаргону або незрозумілих слів може відштовхнути людей — слухачі перестануть слухати ваше послання. Ваша старенька тітонька розуміє, що ви хотіли сказати? Якщо ні, повертайтеся за письмовий стіл!

Гумор і дотепність — надзвичайно корисні речі для пожвавлення промови та створення симпатії серед аудиторії. Це не означає, що ваша промова має бути наповнена веселими жартами й витівками, але кілька дотепних висловлювань можуть допомогти у досягненні промовою успіху.

Інший спосіб прикрасити й пожвавити промову — використання риторичних прийомів, таких як *образність і каламбури*. Образність робить вашу промову різнобарвною і може додати деякої літературної своєрідності. Інші корисні літературні прийоми: протиставлення, паралельні конструкції та списки з трьох пунктів. Намагайтесь не перебільшити з цим, а використовуйте там, де потрібно. Літературні прийоми можуть допомогти зробити вашу промову більш цитованою, тобто підвищують шанси на її потрапляння до газет.

Перед промовою переконайтесь, що ви прийшли вчасно. Перевірте кімнату і всі технічні засоби (чи все працює?). Поговоріть з людьми. Не нервуйте, зрештою, ви сьогодні — головний експерт.

Під час промови ви можете підглядати в свої нотатки, але не читайте з папірця. Встановіть зоровий контакт з аудиторією. Посміхайтесь і стійте прямо. Будьте собою, не грайте роль. Використовуйте жести, щоб підкреслити певні емоції. Не поспішайте: швидкість встановлюєте ви. Попивайте воду за першої можливості або просто робіть паузи. Змінюйте час від часу тембр свого голосу. А якщо ви втратите суть розмови, розслабтесь і ковтніть води. Запитайте слухачів, чи не мають вони запитань. Повторіть останній рядок, повторіть ваше центральне послання. Спробуйте відволікти аудиторію жартом.

Після промови запитайте людей, чи сподобалась їм промова. Зробіть примітки для наступного разу. Радимо старанно готуватися до кожного засідання: перед початком уважно ознайомтесь із порядком денним і документами, розповсюдженими для попереднього ознайомлення.

Наведених тут правил потрібно дотримуватись на всіх **прес-конференціях**: переконайтесь, що місце проведення відповідає потрібному

іміджу. Переконайтесь, що засоби зв'язку, такі як телефон та e-mail є доступними. Переконайтесь, що є компетентний головуючий, який міг би представити всіх людей за столом. Оголосіть причину проведення прес-конференції. Використовуйте центральне послання. Розмовляйте літературною мовою та уникайте довгих промов. Розрахуйте потрібний час для запитань.

У багатьох громадських діячів часто беруть **інтерв'ю**. Результати значною мірою залежать від обставин, тому саме ними ви маєте керуватися під час підготовки. Це буде інтерв'ю в прямому ефірі чи його будуть записувати, а покажуть пізніше? Його будуть редагувати чи покажуть як є? Золоте правило під час інтерв'ю: слухайте, слухайте, слухайте.

Здається, це просто, та на практиці виявляється, що це не тільки найважливіша річ, але й те, що це складно зробити. Дійсно, уважно слухаючи інтерв'юера, ви уникнете постійного повторення стандартних відповідей. Якщо ви слухаєте, ви краще відповідаєте на запитання, ви справляєте гарне враження на телеглядачів і радіослухачів, ви постаєте уважним і водночас вартим довіри й людям, а також тим, хто розуміє людей.

В інтерв'ю послання теж має бути центральним. Завжди запитуйте себе: яке ж моє послання, що я хочу повідомити? Що слухач або глядач має винести з інтерв'ю? На які заголовки я націлений? Зважайте на вашу аудиторію: не використовуйте політичного чи академічного жаргону.

Будьте лаконічним. Кожне складне запитання можна звести до одного слова. Ось його вам і треба знайти. Практикуйте (під душем або в машині) доти, доки ви не зможете передати головну думку одним словом, враховуючи, що на це у вас не більше 20 секунд.

Ніколи не недооцінюйте свою аудиторію. Навіть якщо середньостатистичні глядачі популярної телепрограми або читачі газети не надто освічені, це не означає, що вони дурні. У них є нюх на напівправдиві факти й викрутаси.

Завжди знайте межі вашої свободи дій. Переконайтесь заздалегідь, що ви можете казати, а що ні. Якщо ви не знаходитесь на верхівці партійної ієрархії, вам потрібно отримати дозвіл. Якщо дозвіл не чіткий, вам краще не давати інтерв'ю, тому що досвідчена людина, яка бере інтерв'ю, безжально потопить вас фактами, які ви самі й надали.

Відійдіть на крок назад і подивіться, яке враження справляєте ви і ваша організація на середньостатистичного глядача чи слухача. Не применшуйте помилок, які ваша партія могла зробити. Правда щодо минулих помилок приваблює людей чесністю й відповідальністю.

Не заповнюйте інформацією паузи в інтерв'ю. Ви можете відчуті потребу заповнити незручну паузу, якщо людина, яка бере інтерв'ю, мовчить. Але це може бути однією з технік інтерв'ю, яка примушує вас сказати більше, ніж ви бажали.

Остерігайтесь запитань з підтекстом. Часто журналіст ставить запитання, котрі містять певні припущення, на які ви можете відповісти підсвідомо. Наприклад: «Справи вашої організації кепські. Що ви плануєте з цим робити?» Відповідаючи, ви можете непрямим підтвердити, що справи вашої організації дійсно погані. Стережіться таких запитань. Ігноруйте припущення журналіста або прямо відкидайте їх.

Не вважайте інтерв'ю легкою справою, до якої ви можете ставитись буденно. Ретельно готуйтеся. Під час інтерв'ю будьте собою і будьте впевнені. Не випробовуйте нові прийоми. Розмовляйте так, ніби ви пояснюєте щось підлітку, і намагайтесь вести себе якомога природніше, за єдиним виключенням: постійно тримайте погляд на людині, яка бере інтерв'ю. Якщо ви відведете погляд хоча б на секунду, то виглядатимете так, ніби ви себе незручно почуваєте або хочете ухилитись від запитання, що не викликає довіри.

І останнє, але не менш важливе: інтерв'ю не закінчено, поки ви або журналіст не вийшли за двері. Журналісти люблять виманювати фрази, які б ви, скоріш за все, не сказали. Уявіть такий сценарій: журналіст виключив диктофон і одягнув піджак. Біля дверей він зупиняється і запитує: «Не для протоколу, що ви насправді думаете про лідера вашої організації (тощо)?» Не ведіться на це! Журналіст постійно на службі. Будьте обережні з так званими заявами «не для протоколу». Ви не знаєте, як використає їх журналіст.

У телевізійних інтерв'ю, кажуть, враження, яке ви справляєте на аудиторію, на 70 % складається з вашого зовнішнього вигляду, на 20 % — з того, як саме ви говорите, і тільки на 10 % — з того, що ви говорите. Тому важливо, щоб ви справляли гарне враження перед камерою. Не махайте руками, не дивіться вниз, не насуплюйтесь, придумайте неприємні або неввічливі звички (наприклад, почісування носа) і ніколи не дивіться прямо в камеру. Озирніться перед початком інтерв'ю, щоб побачити, чи не стоїте ви на фоні дивного рекламного щита чи буйних школярів або чогось іще, що могло б надати недоречного підтексту вашому посланню або протирічило б йому. Переконайтесь до появи перед камерою, що ви добре виглядаєте. Немає нічого неприродного в тому, щоб відлучитись до туалетної кімнати перед початком (як для жінок, так і для чоловіків), аби зачісатися, дістати зернятка з-поміж зубів чи виправити макіяж. Це краще, ніж виглядати

непривабливо перед сотнями тисяч глядачів. Наглядати за такими деталями — робота PR-команди.

Більшість вищезгаданих порад підходять і для інтерв'ю в газетах. Термінові строки здачі газети часто змушують журналістів телефонувати вам і просити про негайну зустріч. Ваша ж головна ціль — дати переконливу відповідь, яка б добре послужила кампанії. Тому, якщо просять дати інтерв'ю, не починайте придумувати все на ходу. Завжди пропонуйте передзвонити вам, навіть за 5 хвилин. Дайте собі трохи часу, щоб вирішити, що ви хочете сказати. Немає нічого неприйняттого в тому, щоб відмовити в інтерв'ю. Іноді це — мудре рішення.

Завжди запитуйте себе, чого ви хочете досягти цим інтерв'ю. Ніколи не обманюйте і повідомляйте тільки ті факти, у яких ви абсолютно впевнені. Не поспішайте давати відповідь. Ніколи не сумнівайтесь, не плутайтеся у деталях, не використовуйте термінологію вашого опонента. Ніколи не показуйте свою роздратованість, не сперечайтесь з інтерв'юером і завжди залишайтеся привітним. Якщо все пішло шкереберть, краще закінчити інтерв'ю. Після інтерв'ю попросіть надіслати вам текст для затвердження і запитайте журналіста, чи є ще щось, що йому потрібно.

N.B.

• Люди пам'ятають трійками: найкраще запам'ятовують те, що складається з трьох пунктів, додавання ще одного пункту призводить до втрати з пам'яті всього послання.

• Величезна підготовка до маленької презентації.
• Факти розказують, розповіді продають.
• Грайте за правилами ЗМІ, не намагайтесь встановлювати свої правила.

• Засіб повідомлення послання і є посланням».
• У вас ніколи не буде другого шансу, щоб створити перше враження.

• Репортери — повторюхи.

Окрім офіційного, формального спілкування, не менш важливим являється **неформальне спілкування**, яке покликане, в першу чергу, досягти за лаштунками формальних заходів певного рівня взаєморозуміння, згоди й поваги до себе, як представника своєї країни.



За важливістю неофіційне спілкування не поступається офіційній дипломатії. Разом з тим неформальне спілкування, хоча й не піддається жорсткій регламентації та протокольним нормам, потребує від НД прояву належної професійної підготовки та постійного самовдосконалення (роботи над собою).

Мета Метою неформального спілкування є встановлення неформальних контактів і налагодження ефективного зв'язку з партнерами й учасниками тих зустрічей, переговорів чи конференцій, у яких НД безпосередньо приймає участь.

Мова У цьому контексті слід бути гарно обізнаним щодо країни, у якій НД перебуває, або місцевості, з якої походить його співрозмовник. Тут стануть у нагоді будь-які знання відповідної мови — однієї міжнародного значення, і, необов'язково, другої — бажано тієї, якою розмовляють його співрозмовники. Якщо мова останніх невідома НД, він має намагатися вивчити якісь дрібниці на кшталт формул привітання або стандартних запитань. При цьому будь-яка спроба проявити себе має виглядати невимушено, але достатньо переконливо.

Використання можливостей Аби налаштувати до себе співрозмовника/-ів, варто бути самим собою: маючи ті чи інші навички або здібності до будь-якого з видів діяльності (activity), мистецтв, спорту тощо, слід використовувати їх у спілкуванні і заохоченні до розмови.

Невербаліка У неофіційному спілкуванні сприятливе враження про НД більшою частиною складається з невербальних засобів комунікації. Враховуються усі чинники системи спілкування: те, що ви говорите, як ви це говорите і як ви виглядаєте в момент мовлення. Таким чином НД має підтвердити головну мету місії — «поважати і бути поважаним». Зокрема, повага має знаходити вираз загалом і у дрібницях: завжди намагатися відповідати культурному дрес-коду і традиціям країни, в якій НД перебуває, незважаючи на те, чи

це короткочасна, чи тривала за часом перспектива. Широкий невербальний інструментарій можна застосовувати, наприклад, під час привітання: дозволяється промовити типову фразу «Добрий день/вечір/привіт!», підкріпивши її невербальним жестом — поклоном, кивком голови, помахом руки або тим жестом, який за традицією широко застосовується в цій країні.

NB: головне — не виходити за межі допустимого.

Вивчення країни

З метою залишити добре враження, НД безперервно має вивчати країну (зарубіжну локацію), з якою він має справу. З огляду на це, корисним буде його активне ознайомлення з країною не тільки у момент підготовки, але й під час спілкування з іноземним гостем чи перебування у цій країні. «Відчуття» країни, орієнтування в її інформаційному, культурному, політичному та соціальному просторі, відкритість, допустима відвертість і тактовність всіляко сприятимуть зворотному зв'язку (feedback) — встановленню позитивного враження про НД, а з ним і про його країну. Всім своїм виглядом і діяльністю треба активно сприяти зламу помилкових стереотипів і хибних уявлень про власну країну. Поважаючи та цікавлячись інформаційним простором співрозмовника (або особою, з якою проводить час), НД і сам зацікавлює його країною/місциною, з якої він походить, та її звичаями.

Стратегія

Ефективній реалізації місії значною мірою сприятиме чітко відпрацьована стратегія при неформальному спілкуванні. Зокрема, не слід розповідати або доводити те чи інше твердження, яке суперечить загальній лінії розвитку офіційної комунікації. Вкрай важливим елементом успішного проведення неформального спілкування для НД стане підготовка заздалегідь: бажано ознайомитись з елементами біографії співрозмовників/партнерів, їх поглядами на життя та політику; взяти до уваги особисті смаки та вподобання, сімейний стан, гендерну приналежність і вік. Використання цієї інформації надасть можливість встановити приязні особисті стосунки.

Принципи спілкування

1. У неформальному спілкуванні правила поведінки і проведення бесіди мають цілком відповідати зауваженню Жюльє Камбона про те, що *«дипломат має ставитися з повагою до особи, з якою хоче мати справу, інакше кажучи, має рахуватися з почуттями країни, у якій він веде переговори»*.

2. Уміле проведення неофіційної комунікації доволі часто дає кращі результати, ніж формальне спілкування, і допускає обговорення проблемних тем, яких уникають на офіційних заходах. Тут буде доречно підтримувати зв'язок з досвідченими діячами, бажано кар'єрними дипломатами з країни НД, які знають традиції та звичаї країни співрозмовників та особливості мислення і вчинення дій її мешканців.

3. У своїй бесіді/розмові НД рекомендується говорити переважно на «об'єднуючі» теми позитивного змісту, пов'язані не стільки з основною тематикою офіційного заходу, скільки з певною подією або ситуацією на кшталт спільного спортивного змагання, організації спільних проектів тощо. У будь-якій ситуації НД завжди повинен мати так звану «відступальну» тему, яка дозволяє уникнути небажаної ескалації питання негативного характеру.

4. НД повинен завжди мати чітку позицію в питанні, яке він порушив, спираючись на аргументи. Окрім цього, під час розмови НД має передбачити час для співрозмовника, аби вислухати його особисту думку.

5. На запитання НД має відповідати зважено і за можливості щиро і переконливо. При цьому слід вміти обирати вірні/належні теми і тактично оминати такі, що можуть викликати у співрозмовників неочікувану реакцію. Надавати інформацію НД мусить тактовно, в жодному разі не нав'язуючи їм свої погляди чи оцінки.

Правила ведення комунікації

У своєму неформальному спілкуванні НД керується тими самими принципами, що й кадровий дипломат. Перш за все НД:

- буде комунікацію на основі всебічного та рівноправного діалогу;

- спілкуючись з представником певної держави, зважено та доступно надає інформацію, зважаючи на статус та соціальні ознаки співрозмовників, як-то вік, стать, рівень освіченості, етнічну чи релігійну приналежність;

- враховує присутність не тільки співрозмовників, а й фонові аудиторії чи спостерігачів, які жодним чином не мають перетворюватися на сторонніх глядачів;

- завжди уважно спостерігає за своїм мовленням, акцентуючи на якісній складовій подачі контенту: вживання грамотних фраз і зворотів, уникнення слів-паразитів, архаїзмів, персоніфікації тощо;

- проявляє під час розмови високий рівень тактовності, ввічливості та делікатності.

В основі неформального спілкування лежить інформування. З одного боку, громадянин має бути поінформованим, а з іншого, вільний доступ до відкритої інформації щодо підготовки й ухвалення рішень і їх втілення у життя — найважливіша передумова забезпечення прозорості та підзвітності діяльності будь-якої організації чи установи на різних рівнях.

Веб-сайт для широкого використання. Звичайно, у кожній організації є свій веб-сайт, але дуже часто вони ставляться до них, як до простого рекламного щита: на нього можна просто дивитись. Інтернет пропонує багато можливостей для інтерактивності. Ви можете або зробити сайт вашої партії інтерактивним, або ж створити спеціалізований сайт для користувачів, який би став місцем зустрічі людей з метою обміну ідеями й обговорень, допомагав організовувати заходи й мобілізувати людей. Ви можете створити веб-форум, щоб стимулювати обговорення. Відвідувачам можна надавати можливість додавати власні матеріали за допомогою так званої «вікі» — технології, яка дає можливість людям створювати сайт разом і стала відомою завдяки он-лайн енциклопедії Вікіпедія. Найбільша перевага інтерактивного сайту в тому, що люди вважають себе частиною вашої місії, а найбільша проблема в тому, що, на думку деяких людей, ви втрачаєте контроль над частиною вашої кампанії. Ця проблема часто постає навіть перед традиційними політиками.

Соціальна мережа. MySpace, Facebook і Vkonakte.ru, Odnoklassniki є прикладами популярних соціальних мереж, і деякі з них нараховують мільйони учасників, які створюють свої власні профілі й налагоджують зв'язки зі своїми друзями, що теж стають учасниками. А ще ви можете зайнятися пошуком колишніх однокласників чи збирати інформацію про те, чим займаються інші люди. Політики використовують ці сайти для налагодження контактів з молодими людьми, які дуже активно ними користуються.

Подкастинг. Це — комбінація таких слів як iPod і трансляція (broadcasting). Хоча технологія, яка тут застосовується, не призначена виключно для iPod, успіх iPod став великим кроком на шляху розвитку подкастингу. Подкастери створюють аудіофайли із записами дебатів, радіо-шоу або музичних шоу, доступних для скачування через Інтернет. Подкастинг може бути дуже цікавим каналом спілкування для політиків. Аудиторія, до якої ви звертаєтесь, цілковито відрізняється від звичайних читачів газет або радіослухачів.

«Вірусні» відео. Іншим феноменом, який розвивається швидкими темпами, є «вірусні» відео. Можливість персоналізувати відео, а потім відправити його другу, зробила це безперечним хітом. Багато людей відсилають один одному відео, що досить весело і водночас дуже ефективно в нашому випадку: адже організація не може розсилати листи усім людям, тому що розсилка довільних масових листів і спаму є незаконною.

YouTube. Дешевшою альтернативою телебаченню є розміщення роликів на You Tube або започаткування тематичних рубрик на You Tube.

Текстові повідомлення (смс). Якщо організація складає списки телефонних номерів своїх прихильників, вона може використовувати текстові повідомлення для того, щоб запросити їх на зустрічі або нагадати про збори.

Дні відкритих дверей. Це — метод заохочення громадян відвідувати вашу організацію. Такий захід вимагає ретельного планування, але може принести значну користь: співробітники розкажуть відвідувачам про те, чим займаються, водночас дізнаються про думки громадян.

Електронне розсилання (розсилання електронних листів). З розвитком доступу до Інтернету електронне розсилання стає хорошим інструментом для оперативного поширення інформації серед великої кількості людей. Саме залежно від кількості потенційних адресатів можна розсилати листи, користуючись звичною поштовою програмою, застосовувати спеціальне програмне забезпечення для масового поширення електронних листів або скористатися послугами так званих електронних груп.

Техніка «Запитання, які часто задають». Ця техніка полягає у підготовці 1–3 сторінок інформації у формі запитань і відповідей, які можна розмістити на інформаційних стендах, в інформаційному центрі, Інтернеті тощо.

ПРАКТИЧНІ ПОРАДИ

Цей розділ присвячений основам етикету.

ВІЗИТИ

- Не входьте без стуку до кабінету. Не входьте із сигаретою чи сигарою.
- Не входьте до гостинної кімнати чи кабінету у верхньому одязі та головному уборі.
- Не поспішайте сісти. Слід зачекати, поки вас запросять, і лише тоді, коли господар чи господиня самі сядуть. Сидіть спокійно і впевнено, не робіть зайвих рухів.
- Не розглядайте пильно меблі, картини, інші предмети.
- Не намагайтесь привітатися за руку з кожним з присутніх. Так вітатися треба з господарем і господинею, а іншим можна тільки вклонитися.
- Не торкайтесь рукою співрозмовника з метою привернути його увагу.
- Не говоріть у товаристві про справи, що стосуються тільки вас і вашого співрозмовника, або про речі, відомі тільки вам двом.
- Не говоріть про людей, яких присутні не знають.
- Не жартуйте на адресу інших. Не висміюйте інших за їх манери. Якщо в товаристві хто-небудь чхнув, залиште це без уваги.
- Не говоріть про свої хвороби, невдачі та подібне.
- Не шепочіть. Якщо бажаєте сказати те, чого не можна говорити голосно, залиште це на інший час.
- Не намагайтесь повністю заволодіти розмовою.
- Не переривайте співрозмовника.
- Не шукайте нагоди сказати якийсь дотеп.

- Не розповідайте старих історій, жартів та анекдотів.
- Не відмовляйтеся заспівати, пограти на музичному інструменті або розповісти що-небудь, якщо вас просять, а ви дійсно можете це зробити.
- Не забувайте бути уважним до літніх людей, людей з обмеженими можливостями.
- Не зловживайте гостинністю господарів своїм занадто довгим перебуванням.
- Не поглядайте часто на годинник. Навчіться визначати час, коли можна піти з гостей без цього. Якщо ж ви дійсно не можете залишатись до того часу, коли будуть розходитися інші гості, зробіть це непомітно для оточення, вибачившись попередньо лише перед господарями.

ПОВЕДІНКА ЗА СТОЛОМ

- Не запізнюйтесь на обід чи вечерю.
- Не сідайте за стіл, поки господар чи господиня не запросять зайняти місце.
- Не знайомтесь після того, як гості сіли за стіл.
- Не сидіть занадто близько до столу чи занадто далеко від нього.
- Не закладайте серветку за комір і не розкладайте її на грудях. Серветку слід покласти на коліна. Після використання серветку слід недбало покласти на стіл.
- Не грайте серветкою, виделкою чи іншими речами на столі.
- Не розставляйте лікті. Вони мають бути притиснуті до боків. Не кладіть лікті на стіл.
- Не можна їсти суп з кінця ложки. Не можна їсти з ножа, це — найбільший промах як на офіційних зустрічах, так і на приватних гостинах.
- Не нахиляйтесь над тарілкою. Тримайтеся по можливості прямо.
- Не тягніться через тарілку іншого, якщо бажаєте дістати будь-що. Хліб беріть не виделкою, а рукою.
- Не кусайте від цілого шматка хліба, його треба відламувати.
- Не намазуйте маслом цілий шматок хліба, а лише відламаний. Не кришіть хліб у суп.
- Не їжте занадто швидко.
- Не набирайте у рот велику кількість їжі.
- Не розмовляйте з повним ротом.
- Не намагайтесь зачерпнути останню ложку супу, з'їсти останній шматок м'яса і т. п.

- Не просіть другу порцію супу. Краще не просити другу порцію взагалі.
- Не витирайте серветкою обличчя. Нею можна тільки легенько промокнути губи.
- Не повертайтеся спиною до іншого, якщо маєте намір поговорити з сусідом. Не розмовляйте з іншим через сусіда.
- Не відкидайтеся і не розвалюйтеся на стільці.
- Не користуйтеся за столом зубочисткою, якщо в цьому немає потреби. У крайньому випадку зробіть це непомітно.
- Не вживайте багато спиртних напоїв.
- Не просіть другу чашку чаю чи кави, доки всі гості не одержали по першій.
- Не робіть ніяких зауважень щодо страв, які подаються. Не критикуйте те, що подається до столу.
- Не читайте за столом листів чи документів.

ПОВЕДІНКА У ГРОМАДСЬКИХ МІСЦЯХ І НА ВУЛИЦІ

- Не забудьте вибачитись, якщо випадково завдали комусь клопіт чи незручність. Будьте ввічливим з оточенням і перехожими.
- Не розглядайте пильно оточуючих. Не вказуйте пальцем на людей чи речі.
- Не озирайтеся і не дивіться услід людям, які пройшли повз вас.
- Не їжте, коли йдете по вулиці.
- Не забувайте, перебуваючи за кордоном, що за вашою поведінкою судять про манери у вашій країні. Дотримуйтеся правил і звичаїв країни перебування.
- Не забувайте, що в багатьох країнах заборонено фотографувати з вікна поїзда, пароплава чи літака.
- Від'їжджаючи на поїзді, не загороджуйте вікно вагону без потреби, оскільки ваші супутники, можливо, теж бажають з ким-небудь попрощатися.
- Не забувайте про комфорт і спокій інших водіїв та пішоходів. Пам'ятайте про правила дорожнього руху. Не сигнальте без потреби. Проїжджаючи по мокрій, брудній вулиці, не забувайте, що машина може забризкати пішоходів та інші автомобілі.

ЗОВНІШНІЙ ВИГЛЯД І ЗВИЧКИ

- Не забувайте завжди слідкувати за своїм зовнішнім виглядом, охайністю та чистотою. Однак займатися цим треба тільки вдома або в місцях, де немає сторонніх. Ніколи не слід зачісуватись, чистити нігті, приводити в порядок костюм під час прийому, в громадських місцях або на вулиці.
- Не носіть одяг яскравих кольорів чи занадто барвистих візерунків. Вибирайте спокійні тони й фасони, що найбільше личать вам.
- Не нехтуйте деталями свого туалету.
- Не кладіть у зовнішні кармани ручку, олівець, окуляри, гребінець та інші речі.
- Не виходьте на вулицю в нечищеному взутті.
- Не носіть м'ятий одяг.
- Не жестикулюйте. Завжди контролюйте свої рухи. Не тримайте руки в кишенях.
- Не смійтеся занадто гучно.
- Не паліть, якщо це неприємно іншим.

КУЛЬТУРА МОБІЛЬНОГО ЗВ'ЯЗКУ

- Телефонна розмова, перш за все, має бути короткою. Не ведіть по телефону порожньої балаканини.
- Не рекомендується телефонувати раніше 8 години ранку в будні і раніше 10 години — у вихідні дні, а закінчувати не пізніше 10 години вечора.
- Не можна обговорювати по телефону питання, не призначені для чужих вух. Телефон не завжди гарантує повну конфіденційність.
- Не переривайте різко розмову, навіть якщо вона є нецікавою, нудною та надто тривалою для вас.
- Не забувайте перемикати свій мобільний телефон на беззвучний режим або використовувати послугу «голосова пошта» на ділових зустрічах і переговорах, а також в кінотеатрах, музеях, театрах, на виставках, якщо немає інших домовленостей.
- Не встановлюйте на свій мобільний телефон рингтони з нецензурними висловами, грубощами або неприємними звуками.
- Не відволікайтеся на дзвінки й розмови по телефону, коли ви управляєте автомобілем. Не нехтуйте функцією hands free при розмовах за кермом — вона значно полегшить ведення розмови.
- Не забувайте брати із собою мобільний телефон навіть тоді, коли ви відлучаєтеся з місця ненадовго.

- Не розмовляйте гучно та довго по телефону, перебуваючи в громадських місцях: транспорті, ліфті, магазинах тощо.
- Нетактовно користуватися чужими мобільними телефонами в особистих цілях і давати їх номери іншим людям без дозволу господарів.
- Не використовуйте функцію зйомки відео і фотографування без дозволу особи, яка має стати її об'єктом.

Якщо раптом здасться, що за кордоном усе набагато гірше, ніж на Батьківщині, залишайтеся вдома. А якщо здасться, що все набагато краще, не повертайтеся на Батьківщину, скоріш за все, у вас її немає.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. *Ребрик С.* Презентація: 10 уроков. — М., 2005. — 200 с., илл.
2. *Сагайдак О. П.* Дипломатичний протокол та етикет: Навч. посіб. — 2-ге вид., перероб. і доп. — К., 2006. — 380 с.
3. Стати кращим політиком: Навч. посібник політичних навичок / Переклад та адаптація В. Я. Шибко, О. Г. Луканюк, К. О. Везелева, Б. В. Ференс та ін. — К., 2010. — 136 с.
4. *Кривчик Г. Г.* Україна в міжнародних організаціях: Навч. Посібник / Г. Г. Кривчик, С. М. Серьогін, В. Я. Шибко. — К., 2011. — 224 с.
5. *Шевчук С. В.* Ділове мовлення для державних службовців. — К., 2004. — 400 с.
6. *Шинкаренко Т. І.* Дипломатичний протокол та етикет: Навч. посібник / Т. І. Шинкаренко. — 2-е вид., доп. — К., 2009. — 296 с.
7. Українська дипломатична енциклопедія. У 2-х тт. / Редкол.: Л. В. Губерський (голова) та ін. — Т. 1. — К., 2004.
8. *Лукша О. В., Федів І. О.* Місцеве самоврядування в Україні: Посібник-порадник для депутатів місцевих рад. — К., 2010. — 116 с. (<http://www.auc.org.ua/sites/default/files/files/PosibnykLuksha.pdf>)
9. Новообрані депутати місцевої ради: Щоденні практичні поради. — К., 2007. — 120 с.
10. Публічна дипломатія та лобіювання громадських інтересів на місцевому рівні. Матеріали всеукраїнської конференції за підсумками однойменного проекту у Верховній Раді України 25-го лютого 2009 р. — К., 2009. — 80 с.
11. Що має знати депутат місцевої ради: Кн. 2. — К., 2010. — С. 116. http://www.ipro.org.ua/anons/2010/book_2.pdf
12. Обличчям до людей: Посібник з громадської участі для депутатів місцевих рад / Укладач І. О. Гаврада; редактор І. О. Бабюк. — Чернівці, 2011. — 123 с. <http://www.buktoloka.cv.ua/docs/OblucchjamDoLudej.pdf>
13. Законотворчість: Міжнародна діяльність Верховної Ради України і парламентів світу / Автори: Шербак Ю. М., Міщук З. Р. Заг. ред.: Крижанівський В. П., Рахімкулов Е. Р., серпень, 2008. <http://pdp.org.ua/images/>

stories/Zakon_International%20%20Parliam_August-2008.pdf

14. *Chris Mooney*. Good Communication is Good Scientific Practice <http://www.desmogblog.com/good-communication-good-scientific-practice>
15. *Mark Leonard, Andrew Small*. Norwegian Public Diplomacy/ Foreign Policy Centre, 2005.
16. *Philip Fiske de Gouveia, Hester Plumridge*. Developing EU Public Diplomacy Strategy // Foreign Policy Centre, 2005.
17. *Mark McDowell*. Public Diplomacy at the Crossroads: Definitions and Challenges. «Open Source» Era // Vol. 32:3 Special edition, 2008.



ВГО «ІНСТИТУТ ДЕМОКРАТІЇ ТА СОЦІАЛЬНИХ ПРОЦЕСІВ»

Основною метою діяльності організації є сприяння розвитку демократичних перетворень, розбудові громадянського суспільства, підвищенню правової свідомості та культури громадян, розвитку місцевого самоврядування та самоорганізації населення.

Напрями діяльності: збирання, обробка та поширення інформації, у тому числі теоретичного та прикладного характеру, щодо програм, тенденцій і проблем суспільного розвитку в Україні, зокрема напрямів і перспектив демократизації різних сфер життя; участь в організації та проведенні просвітницької діяльності (конференцій, семінарів, тренінгів, лекцій, консультацій); проведення аналітичних досліджень, підготовка проектів нормативних актів, здійснення незалежної юридичної експертизи законопроектів; налагодження постійних зв'язків, обмін досвідом і співробітництво з іншими всеукраїнськими і місцевими об'єднаннями громадян України, політичними партіями, міжнародними й іноземними організаціями.

Окремі результати діяльності Інституту:

А. Освітні проекти.

Протягом 2004–2011 рр. Інститут провів 42 семінари на теми «Проведення передвиборчої кампанії» та «Розбудова молодіжної політичної організації» для понад 900 молодих політиків і громадських активістів за фінансової підтримки Фонду ім. Альфреда Мозера (Нідерланди), Фонду ім. Жана-Жореса (Франція), Міжнародного центру ім. Олофа Пальме (Швеція), Вестмінстерського Фонду (Великобританія), Фонду ім. Фрідріха Еберта (Німеччина).

У 2010–2011 рр. Інститут організував освітні Академії із соціал-демократичного розвитку та навичок проведення передвиборчих кампаній для молодих соціал-демократів з країн Східного партнерства ЄС

та Росії (у співпраці з лейбористами Вестмінстерського Фонду та Фондом ім. Альфреда Мозера).

У 2010–2011 рр. Інститут здійснив в Україні проект «Паритетна коаліція для України» (у співпраці зі Східноєвропейською мережею з гендерних питань) у формі низки регіональних і місцевих тренінгів, а також двох підсумкових конференцій.

Б. Аналітичні дослідження.

«Експертне дослідження у сфері трудової міграції громадян України» (разом із фондом ім. Фрідріха Еберта, 2005 р.), розробка та внесення на розгляд Верховної Ради України відповідного законопроекту.

Підготовлено й опубліковано «Білу книгу трудової міграції громадян України», яка потрапила у понад 100 бібліотек по всій Україні (за фінансової підтримки фонду «Відродження», 2006 р.).

Підготовлено й опубліковано дослідження «Соціальна модель та Україна», надіслане понад 800 зацікавленим особам і організаціям (за фінансової підтримки Міжнародного центру ім. Олофа Пальме, 2009 р.).

Протягом 2006–2009 рр. випущено 25 номерів дайджесту «Соціалістичний глобус». Тираж — 1000 примірників.

У 2010 р. Інститут переклав, адаптував та опублікував навчальний посібник політичних навичок «Стати кращим політиком».

За підтримки ВГО «ІДСП» розробляється практичний посібник у сфері реформування житлово-комунального господарства з метою запровадження енергоощадних технологій і переробки відходів (в частині організації та діяльності об'єднань співвласників багатоквартирних будинків).

В. Конференції.

Міжнародна наукова конференція «Державна програма регулювання трудової міграції населення України: веління часу» (за фінансової підтримки Фонду ім. Фрідріха Еберта, 2006 р.).

19–20 вересня 2009 р. спільно з Міжнародним центром ім. Олофа Пальме було проведено міжнародну конференцію «Що таке соціал-демократія?» (Проект продовжено у 2012 році).

2 листопада 2010 р. організовано міжнародну науково-практичну конференцію з питань розробки стратегії енергозбереження України (спільно з Комітетом Верховної Ради України з питань паливно-енергетичного комплексу, ядерної політики та ядерної безпеки, а також Посольством Королівства Норвегія в Україні). За наслідками конференції видано збірник наукових статей (Проект продовжено у 2012 році).

13 грудня 2011 р. спільно з Дипломатичною академією України проведено міжнародну конференцію «Народна дипломатія як фактор розвитку громадянського суспільства».

ВГО «ІДСП» зараз поширює свою діяльність на регіони України на індивідуальній основі з метою мобілізації зацікавлених осіб.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ



ШИБКО Віталій Якович

Кандидат історичних наук, професор, Голова Координаційної ради ВГО «ІДСП», народний депутат України II, IV та V скликань, радник-посланник, тимчасовий Повірений у справах України в Ліванській Республіці (1995–1997 рр.) Голова Комітету Верховної Ради України у закордонних справах (2006–2007 рр.). Науково-методичний доробок становить більш ніж 50 друкованих наукових праць.



ФЕРЕНС Богдан Володимирович

Консультант секретаріату Комітету Верховної Ради України з питань європейської інтеграції, магістр зовнішньої політики (Дипломатична академія України при МЗС України), член Координаційної Ради ВГО «ІДСП». Автор наукових праць у сфері міжнародних відносин і дипломатичної діяльності.



ЛУКАНЮК Олена Григорівна

Закінчила Літній Національний Університет в Афінах (1999 р.), Інститут міжнародних відносин КНУ ім. Т. Шевченка (2002 р. — магістр міжнародного права, перекладач з англійської мови), співробітник Апарату Верховної Ради України, має дипломатичний ранг. Директор ВГО «ІДСП». Співавтор наукових праць, зокрема: «Біла книга трудової міграції громадян України» (2004 р.); «Україна в міжнародних організаціях» (навчальний посібник, 2011 р.); «Women and the Economic and Social Crisis» (Budapest, Ljubljana, Tallinn, 2011) та інші.



ВЕЗЄЛЄВА Катерина Олегівна

Головний консультант секретаріату Комітету Верховної Ради України у закордонних справах, має дипломатичний ранг. Член Координаційної ради ВГО «ІДСП» (експерт з питань гендерної рівності). Співавтор наукових праць, зокрема: «Україна в міжнародних організаціях» (навчальний посібник, 2011 р.); «Стати кращим політиком» (навчальний посібник політичних навчочок, 2010 р.); «Соціальна модель та Україна» (громадсько-політичне видання, 2009 р.), «Партія демократичного соціалізму. П'ятнадцять років Соціалістичної партії України. Хроніка подій. Документи» (2006 р.) та інші.



РУММО Олександр Олександрович

Закінчив Університет фінансів та міжнародної торгівлі за спеціальністю «міжнародне право», а також Дипломатичну академію України за спеціальністю «зовнішня політика». Дипломат. У вільний від основної роботи час пише статті на широку тематику у різні видання.

Навчальне видання

**КОДЕКС
НАРОДНОГО ДИПЛОМАТА**

Редактор
Л. В. Молодова

Комп'ютерна верстка
О. П. Хлопові

Підписано до друку .
Формат 60×84/16. Папір офс.
Гарнітура JournalC. Офс. друк.
Обл.-вид. арк. 2,55. Ум. друк. арк. 3,26.
Тираж 800 пр.

НОТАТКИ

НОТАТКИ

НОТАТКИ