

Ірина Верховцева,

доктор історичних наук, доцент,
професор кафедри інфраструктури та
інноваційних технологій водного транспорту

Ірина Ганношина,

кандидат технічних наук, доцент,
доцент кафедри навігації та управління суднами

Інна Склярєнко,

кандидат педагогічних наук, доцент,
в.о. завідувача кафедри інфраструктури
та інноваційних технологій водного транспорту
Державний університет інфраструктури
та технологій (м. Київ, Україна)

СТАЛИЙ РОЗВИТОК ЄВРОПИ: ПУБЛІЧНО- ДИПЛОМАТИЧНИЙ ВИМІР МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

Статтю присвячено публічно-дипломатичному виміру міжнародного туризму як потужного чинника сталого розвитку Європи. З огляду на статус України як кандидати в члени Європейського Союзу й відстоювання нею в протистоянні з російським агресором цінностей євроатлантичної цивілізації та глобальної демократії, наголошено на необхідності долучення нашої країни до загальноєвропейських процесів публічно-дипломатичної діяльності. Однак Стратегією публічної дипломатії Міністерства закордонних справ України на 2021–2025 рр. суттєво обмежено компетенції структур вітчизняної туристичної індустрії, що не сприяє завданням сталого розвитку Європи. Резюмується щодо необхідності корекції цієї Стратегії відповідно до нових реалій українського сьогодення.

Ключові слова: міжнародний туризм, принципи сталого розвитку, європейська публічна дипломатія, Стратегія публічної дипломатії Міністерства закордонних справ України.

Постановка проблеми. Будучи мирною формою контактів між народами, туризм сприяє міжкультурним комунікаціям і піднесенню авторитету держав як демократичних, що загалом має непересічне значення в контексті публічної дипломатії як інструменту м'якої сили, покликаної розбудовувати дружнє й сприятливе міжнародне середовище. Особливо актуальним розвиток туристичної

індустрії як чинника мирних взаємин між народами є для України та Європи загалом нині, за умов протистояння українців повномасштабній російській агресії, розпочатій 24 лютого 2022 р. У цивілізаційному вимірі протистояння характеризується глобальністю: всі, хто підтримує Україну, сприймають цю війну як протистояння демократії з автократією, цивілізації – з варварством. Зокрема, визнаючи глобальний характер протистояння українців та росіян, Посол США в Україні Бріджит Брінк вказує, що потурання російській агресії матиме негативні наслідки не лише для України, але й для Європи та всього світу [1]. А президент Єврокомісії Урсула фон дер Ляйєн наголошує, що люди світу дивуються моральній та фізичній мужності українців – і це надихає весь світ, всю Європу [2; 3]. З огляду на потребу сприяти відбудові української економіки, зміцненню взаємин нашої держави з дружніми демократичними країнами, котрі надають їй безпрецедентну підтримку, не менш важливим потенціал міжнародного туризму є в контексті запобігання поширенню війни Європою й надання імпульсів реалізації на цій частині континенту принципів сталого розвитку. Отже, нові європейські суспільно-політичні реалії актуалізують звернення до проблеми публічно-дипломатичного виміру міжнародного туризму в контексті сталого розвитку Європи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Науковцями констатується, що вплив туризму як інструменту публічної дипломатії та оцінка можливостей його використання з точки зору забезпечення зовнішньополітичних інтересів країн і регіонів є малодослідженою темою [4, 28]. Додамо: найменш вивченим є публічно-дипломатичний вимір міжнародного туризму в контексті сталого розвитку за умов глобалізації, складниками якої є процеси європейської інтеграції. Попри актуальність теми міжнародного туризму в такому контексті, за умов війни у 2022–2023 роках проблема практично не вивчалась. При цьому слід наголосити, що базу студіювання теми закладено розробками ряду західних вчених (Дж. Най, Е. Гуліон, Р. Армітадж, Дж. Браун, К. Росс, У. Нілс, В. Ліппман, С. Анхольт, В. Олінс та ін.), які зосередилися на проблемах публічної дипломатії й тією чи іншою мірою висвітлили аспекти використання практик міжнародного туризму в поширенні світом інструментів *soft power* (м'якої сили). У такому ж ключі певний внесок у розробку проблеми зробили українські науковці А. Макаренко, О. Кучмій, С. Гуцал, І. Матяш, М. Трофіменко, В. Ціватий, Я. Турчин, П. Сухорольський, І. Сухорольська, К. Балабанов, Н. Земзюліна, М. Захарченко, О. Висоцький та ін. Варто виокремити розвідки М. Трофіменка [5] і В. Ціватого [6], в яких приділено увагу європейським практикам публічної дипломатії в контексті відповідних процесів у Європейському Союзі, а також дослідження А. Парфіненка [4; 7], А. Сичової [8], О. Онищук [9], котрі сфокусувалися на питаннях розвитку туристичної галузі в контексті глобалізаційних процесів, та В. Андрейка [10], присвячене туризму як чиннику транскордонного співробітництва України.

Мета статті – проаналізувати, відповідно, міжнародно-туристичну діяльність у контексті сталого розвитку Європи, приділивши основну увагу нагальним завданням розвитку вітчизняної туристичної індустрії. Крім загальнонаукових методів дослідження (логіки, аналізу, синтезу тощо), провідним методом став метод структурно-функціонального аналізу. Послугування ним сприяло з'ясуванню ролі міжнародного туризму як складника публічної дипломатії в рамках завдань сталого розвитку Європи з урахуванням у цьому контексті протистояння України неспровокованій повномасштабній агресії з боку Російської Федерації, розпочатій 24 лютого 2022 р.

Результати дослідження. Публічна дипломатія, будучи інструментом м'якої сили, яка робить ставку на культурні здобутки й націлена на створення дружнього і сприятливого міжнародного середовища, допомагає державі впливати на події та процеси, які, здавалося б, знаходяться поза межами її впливу. Захист державою певних соціальних чи правових стандартів, примноження свого морального авторитету дотриманням принципів верховенства права, створення гармонійного внутрішньополітичного устрою всередині країни, разом з активністю в міжнародному форматі, – усе впливає на її імідж і допомагає досягати цілей. Як наголошують учені, в епоху глобалізації, котра супроводжується виникненням і вдосконаленням електронних засобів масової комунікації, акценти міжнародної взаємодії зміщуються в напрямі впливу на широкий спектр цільових аудиторій. Разом із розширенням кола акторів та посиленням ролі неурядових суб'єктів, які «включаються» в публічно-дипломатичну діяльність, це сприяє консолідації демократичних інститутів у країнах і регіонах [11, 6]. А також, що є не менш важливим, сприяє сталому розвитку, оскільки акцентує на мирних взаєминах між народами в рамках визначеної ООН в 2015 р. однієї з 17 цілей – зміцнювати засоби досягнення сталого розвитку та активізувати роботу механізмів глобального партнерства в інтересах сталого розвитку [12].

За майже 60 років, що минули від висловлених американськими науковцями Дж.Наєм та Е.Гуліоном ідей щодо публічної дипломатії як одного з інструментів м'якої сили (хоча перші акції публічно-дипломатичного характеру мали місце в другій половині 1940-х рр., а сам термін уперше було вжито ще в 1878 р. [13, 177]), публічна дипломатія осмислювалася і тлумачиться у різних категоріях і вимірах. Більшістю учених вона визначається як міжнародна діяльність, спрямована на публічне представництво інтересів держав або легітимних інституцій (урядових установ, недержавних громад, організацій та окремих індивідів) у міжнародних відносинах [14, 334]). Доповнюючи класичну дипломатичну діяльність новими інструментами та включаючи в дипломатичний діалог / полілог суспільства країн, які комунікують між собою, публічна дипломатія, за висловом В. Ціватого, сприяє просуванню позитивного іміджу держави на принципах прав людини, толерантності, міжкультурної комунікації й культури світу, необхідних

для загального сталого розвитку та пошуку шляхів превентивного й мирного вирішення конфліктів та війн [6, 76].

Разом із тим, американські науковці, залежно від суб'єкта здійснення заходів у публічній дипломатії, виокремлюють два її основні види: 1) діяльність, що здійснюється державою, під її керівництвом чи за державні кошти в рамках зовнішньої політики держави для реалізації національного інтересу – громадська / публічна дипломатія (*public diplomacy*); 2) діяльність, що здійснюється різноманітними фізичними і юридичними особами, інститутами громадянського суспільства незалежно від держави в інтересах держави, суспільства чи усього людства (громадянська / народна дипломатія, *citizen / civil diplomacy*). У рамках обох напрямів метою є встановлення постійних контактів між інститутами громадянського суспільства різних країн, розвиток міжнародних мереж та участь у їх діяльності за умов послаблення державного контролю й створення атмосфери довіри й рівноправності. У США, зокрема, згідно з концепцією *citizen / civil diplomacy*, кожен громадянин має право чи навіть обов'язок допомагати державі здійснювати зовнішню політику. Суб'єктами реалізації такої дипломатії можуть бути студенти, викладачі, науковці, спортсмени, представники бізнесу тощо – у такий спосіб лобіюються громадські інтереси [13, 180].

Основним засобом публічної дипломатії є спілкування з цільовою аудиторією. Причому характер цього спілкування в публічній дипломатії є специфічним. Це спілкування з іноземною громадськістю силами державних і недержавних гравців з метою опосередкованого впливу на громадську думку та процеси прийняття політичних рішень у країні-партнерці, запобігання виникненню цивілізаційного та культурного розколу між державами й народами. В системі стратегічних комунікацій публічна дипломатія створює можливості для взаємодії завдяки визначенню сфери загальних інтересів і створенню простору діалогу на міжнародному рівні задля побудови й зміцнення довготривалих дружніх відносин між країнами – учасниками діалогу з урахуванням традицій та специфіки розвитку цих країн. Часи, коли всі світові справи вирішувалися лише у вузькому колі й таємно, минули. Нині завдяки ЗМІ, Інтернету, соціальним мережам тощо пересічні мешканці будь-якої країни світу можуть безпосередньо спостерігати за найважливішими подіями міжнародного дипломатичного життя та впливати на політичні процеси й прийняття політичних рішень. Неурядові організації, приватні корпорації, міжнародні організації стають активними суб'єктами публічної дипломатії. З метою ефективного досягнення її цілей держава активно взаємодіє з представниками недержавного дипломатичного сектору. Зосереджуючись на відповідних стратегіях у розрізі окремих напрямів публічно-дипломатичної діяльності, британські дослідники С. Анхольт та В. Олінс наголошують, що послідовний, скоординований і безперервний потік корисних, помітних, світового рівня й відповідних ідей, продуктів та політик поступово підвищує репутацію країни, котра їх виробляє.

Одним із дієвих інструментів у цьому контексті визнається туризм [14; 15, 178] – суспільний феномен і водночас складна динамічна система, що включає об’єкти, явища, умови й процеси географічного, економічного, організаційно-правового, соціокультурного, екологічного, психологічного змісту, пов’язані із безпечним подорожуванням та обслуговуванням туристів.

Сприйняття туризму як форми соціальної і культурної активності у площині публічної дипломатії стало можливим завдяки розробкам, у яких соціальні інститути та соціальні групи розглядаються як самостійні суб’єкти міжнародних відносин (J.Rosenau, R.Keohane, J.Nye, C.Alger, M.Foucault та ін.). Тим самим було закладено базу для формування на початку 2000-х рр. концепції недержавно-орієнтованої публічної дипломатії, такої, що складається з багатьох акторів і мереж, котрі взаємодіють у глобальному середовищі. У цьому контексті, крім констатації втрати державою абсолютної владної монополії в міжнародних політичних процесах, визнається активна роль акторів «поза суверенітетом», а до числа інструментів посилення зовнішньополітичного впливу віднесено телебачення, кіно, музику, театр, спорт, соціальні мережі, туризм та ін. Транспарентність національних кордонів, універсалізація ціннісних орієнтирів, поширення нових інформаційно-комунікативних технологій розширюють коло недержавних суб’єктів, здатних комунікувати з іноземною громадськістю, збільшують кількість акторів поза суверенітетом, кожен з яких впливає на масштаби й темпи побудови “горизонтальних мостів”, підвищуючи рівень довіри до конкретного суспільства. Згідно з таким підходом, світові туристичні потоки являють глобальний простір соціально-культурних взаємозв’язків з відповідними економічними та зовнішньополітичними впливами, у рамках чого туристична діяльність країн є однією з практик поширення ціннісних орієнтирів народів. Завдяки цьому світ стає взаємозалежним, а масові туристичні потоки створюють особливий простір соціальних мереж, соціальних зв’язків і взаємодій, формується підґрунтя для відповідних політичних рішень і визначення геополітичних впливів. Ще в 1975 р. у Заключному акті наради з безпеки і співробітництва в Європі, відомому як Гельсінкський заключний пакт 1975 р., туризм визначено засобом сприяння міжнародним контактам і розвитку довіри між народами. У 1980 р. Манільською декларацією Всесвітньої туристичної організації (далі – WTO) туризм оголошено чинником забезпечення миру, моральною та інтелектуальною основою для міжнародного взаєморозуміння й співробітництва. За даними WTO, кількість міжнародних туристичних прибуттів упродовж 1950–2015 рр. зросла з 25,3 млн. осіб до майже 1,2 млрд. Грошові надходження від туристичної сфери обраховуються трильйонами доларів США. У 2017 р., приміром, міжнародним туризмом було освоєно 12% світового ВВП, а надходження від туризму загалом перевищили 1340 млрд. дол. США. Рекордним у цьому контексті став 2018 р. з його 1,7 трлн. дол. При цьому перші місця в світі за кількістю іноземних туристів посідають європейські країни, зокрема Франція та Іспанія. Вражаюча глобальність міжнародного туризму виявляється у неухильно зростаючій

кількості міжнародних туристичних прибуттів (у середньому 900 млн поїздок на рік), повсюдній просторовій експансії туризму, формуванні світових центрів туристичного тяжіння, що загалом зумовлює певний структуроутворюючий глобальний статус туризму (кожна 15-та людина в світі так чи інакше пов'язана з індустрією туризму) [4, 29–36; 8, 276–278; 9, 39–41; 10, 51; 17, 10].

Перебуваючи в авангарді глобальних тенденцій, міжнародний туризм як вид діяльності припускає обов'язкове залучення у виробничий процес факторів різної державної приналежності, вимагає створення єдиних інформаційного, правового, культурного полів. У аспекті сталого розвитку, як вказує ВТО, міжнародний туризм сприяє екологічній стійкості (гарантує сумісність з розвитку туризму підтриманням базових екологічних процесів, біологічної різноманітності та біологічних ресурсів), соціально-культурній стійкості (забезпечує розвиток, сумісний з культурою, самобутністю та життєвими цінностями місцевого населення), економічній стійкості (сприяє економічній ефективності розвитку туризму і становища, при якому обраний спосіб управління ресурсами забезпечує можливість їх використання майбутніми поколіннями) [4, 29–31; 8, 281; 9, 39–41].

Стосовно Європи слід наголосити, що впродовж 2009–2022 рр. постала нова інституціональна модель публічної дипломатії Європейського Союзу. Відповідно до різноманітних варіантів її галузевої спрямованості вона дозволяє забезпечувати комплексне міжнародне співробітництво, реалізуючи потенціал ЄС у різних сферах – освіти, науки, безпеки та захисту громадян, культури, медицини, спорту, екології та прав людини тощо. Публічно-дипломатичний вплив на громадську думку здійснюється для просування інтересів ЄС, зокрема за рахунок взаємодії з окремими громадянами, групами, інститутами й медіа в публічному європейському просторі [5, 299–302; 6, 77–78]. Це особливо важливим уявляється нині, коли Україна, здобувши статус країни-кандидатки у члени ЄС, виборює свою незалежність у протистоянні з російським агресором і захищає цінності демократії, ставши щитом для країн Європи. З точки зору необхідності запобігти поширенню на них військових дій та сприяти сталості в цій частині континенту гасло «Туризм – паспорт миру» не тільки не піддається сумніву, а й сприймається насамперед у контексті інтенсифікації процесів європейської інтеграції. Розвиток міжнародного туризму, безумовно, є одним з її ефективних інструментів.

У контексті Європейської рамки компетентностей із сталого розвитку (European sustainability competence framework) та Європейської зеленої угоди (European Green Deal) як каталізатора сприяння екологічному сталому розвитку суспільства Європейською Комісією було визначено певні завдання. Згідно із ними, у сфері втілення цінностей сталого розвитку слід сприяти формуванню таких компетентностей, як цінність сталого розвитку, підтримка справедливості, сприяння природі. У сфері охоплення складності процесу сталого розвитку – відповідно системне мислення, креативне мислення, формування проблемних задач. У сфері прогнозування

майбутнього сталого розвитку – навчання сталої грамотності, процес адаптування, аналітичне мислення. У сфері діяльності щодо формування сталого розвитку – відповідно політичне управління процесом формування сталого розвитку, колективні дії суспільства, особиста ініціатива кожного члена суспільства [18]. Ураховуючи вищевисловлене, слід резюмувати: більшість із вказаних компетентностей формується завдяки міжнародному туризму, а найбільш сприятливі умови створюються саме публічно-дипломатичною взаємодією в рамках європейського простору.

Логічно з усього висловленого випливає, що українські туристичні дестинації будь-якого спрямування мають стати ланками загальноєвропейських відповідних, влитись у них, інтегруючись не тільки з точки зору близькості у вимірі фізичного простору, а й з точки зору європейської соціокультурності. Крос-культурні взаємини в контексті міжнародно-туристичної діяльності, зелений туризм та історико-культурний сегменти як складники цієї діяльності, крім економічної ефективності, сприяють публічно-дипломатичним комунікаціям європейських країн загалом та глибшій інтеграції України у європейський простір, будучи потужним чинником мирних взаємин у його рамках, відтак – чинником сталого розвитку. Приймаючи біженців з України, постачаючи їй гуманітарну й військову допомогу, дружні європейські країни своїми вчинками доводять, що Україна – невід’ємна складова Європи. З огляду на це, поширення усіма країнами Європи таких заходів, як аудіогіди українською в туристичних центрах, популяризація української культури в контексті загальноєвропейської публічної дипломатії (не тільки в розрізі суто відповідної діяльності України), зелений туризм у рамках усеєвропейської відповідної мережі із включенням до неї українських регіонів (зокрема Карпат, причорноморських рекреаційних зон тощо), сприятимуть єднанню Європи, зміцненню бази її сталого розвитку та важливим публічно-дипломатичним функціям.

Однак, з огляду на важливість таких завдань, процес інституалізації публічної дипломатії в Україні було розпочато із запізненням. У 2015–2020 рр. започатковано Департамент публічної дипломатії Міністерства закордонних справ України (далі – МЗС); Український інститут; міжнародну маркетингову кампанію „Ukraine now”, медіапроект «Ukrainer» та інші проекти. У 2021 р. оприлюднено Стратегію публічної дипломатії Міністерства закордонних справ України на 2021–2025 рр. У ній публічна дипломатія визначається як система заходів, за допомогою яких держава комунікує з громадськістю інших держав і впливає на формування суспільної думки населення інших країн для просування своїх національних інтересів та реалізації зовнішньополітичних цілей. Функціями публічної дипломатії відповідно визначено встановлення діалогу «держава-людина» з урахуванням різноманіття національної та глобальної аудиторії, сприяння міжособистісним контактам «людина-людина». Принципами публічно-дипломатичної діяльності МЗС України визначено проєктний менеджмент, інноваційність, повагу до культурного розмаїття, людиноцентричність, відповідальність, а стратегічними ціля-

ми й завданнями – зростання рівня впізнаваності та кращого розуміння України серед іноземних аудиторій; відстоювання нею свого європейського та євроатлантичного вибору; активну й успішну протидію України гібридним загрозам, дезінформації та фейкам з боку Російської Федерації; активне просування Україною власної ідентичності в світі [19].

Зважаючи на обмеженість ресурсів, оптимальною для України визначено стратегію “нішевої” публічної дипломатії, в контексті чого перевага, або ніша, котру може займати країна завдяки сприятливому географічному розташуванню, експертизі в певній сфері або унікальному продукту, має перспективи стати корисним і креативним рішенням для світу. Такими перевагами для України, як визначає МЗС, є її агропотенціал, вітчизняний ІТ-сектор, а також креативний потенціал і досвід протидії гібридним загрозам. Для ефективної комунікації, з огляду на цільову аудиторію, рекомендується підбирати відповідні інструменти та формати. Серед визначених у цьому переліку туристичній галузі відповідають зокрема: комунікаційні кампанії та проєкти; реклама та рекламні кампанії (advertising); співпраця з медійними та онлайн-платформами з широкою міжнародною аудиторією; культурно-науковий обмін студентами, науковцями, інтелектуалами та художниками; престури, візити журналістів в Україну; участь у світових подіях та провідних міжнародних виставках, ярмарках, салонах, кіно- та мистецьких фестивалях, виставках, спортивних змаганнях тощо; співпраця з іноземними ЗМІ, журналістами, блогерами та лідерами думок; робота культурних центрів; публікації книжок, брошур, каталогів; сувеніри з айдентикою України тощо. Однак суб’єктами публічної дипломатії визначено апарат МЗС, зовнішньодипломатичні установи та Український інститут. Недержавні суб’єкти публічної дипломатії можуть долучатися до реалізації Стратегії з метою формування цілісного позитивного іміджу України в світі [19], що є, безумовно, важливим з точки зору подолання довоєнних штампів у сприйнятті України в світі, однак не охоплює всі можливі канали реалізації таких завдань [20, 18–20]. Відтак, у розрізі функціонування вітчизняної туристичної індустрії, її структури цілком підпорядковано державним органам, поле для публічно-дипломатичної діяльності у сфері міжнародного туризму звужено, що уповільнює долучення України до європейських процесів сталого розвитку, хоча нині, на полях боїв і в тилу українці мужньо боронять цінності західного демократичного світу.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Публічно-дипломатичний вимір міжнародно-туристичної діяльності є важливим чинником сприяння сталому розвитку Європи. Впродовж 2009–2022 рр. у цьому напрямі здійснено комплекс заходів Європейського Союзу. Отримавши статус країни-кандидатки в члени ЄС, відстоючи у протистоянні з російським агресором цінності євроатлантичної цивілізації та глобальної демократії, Україна має перспективи та мусить долучитись до цих загальноєвропейських процесів. Проте Стратегія публічної

дипломатії Міністерства закордонних справ України суттєво обмежує відповідні компетенції структур вітчизняної туристичної індустрії. Відтак на часі внесення змін до цієї Стратегії у відповідності з реаліями воєнного сьогодення України, що актуалізує подальше студіювання проблеми.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Виступ Посла Брінк під час щорічної дискусії видання NV „Україна та світ попереду 2023”. URL: <https://ua.usembassy.gov/uk/ambassador-brinks-remarks-at-nvs-ukraine-in-2023-forum/> (дата звернення: 17.06.2023).
2. Виступ президента Єврокомісії Урсули фон дер Ляйєн на Всесвітньому економічному форумі 2023. [Електронний ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=vHviyKn2ues> (дата звернення: 17.06.2023).
3. Урсула фон дер Ляйєн виступає перед парламентом України. [Електронний ресурс]. URL: https://www.youtube.com/watch?v=H4_QomEk3g4 (дата звернення: 17.06.2023).
4. Парфіненко А. Міжнародний туризм як інструмент публічної дипломатії: нові можливості для посилення зовнішньополітичного впливу України. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2016. Вип. 127. Ч. 1. С. 27–41.
5. Трофіменко М. Трансформація публічної дипломатії Європейського Союзу в умовах глобалізації. *Вісник Львівського університету. Серія філософсько-політологічні студії*. 2015. № 7. С. 298–304.
6. Ціватий В. Модель публічної дипломатії Європейського Союзу (ЄС) в умовах трансформації постбіполярного світоустрою XXI століття. *Європейська дипломатія у XXI столітті: матеріали V науково-практичного круглого столу*. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2023. С. 74–80.
7. Парфіненко А. Міжнародний туризм в Україні: геополітичні аспекти глобального явища. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2015. Вип. 126. Ч. 1. С. 12–23.
8. Сичова А. Туризм як мобільний спосіб формування горизонтальної довіри. *Публічне урядування*. 2019. № 4. С. 272–284.
9. Онищук О. Міжнародний туризм та глобалізація в сучасному світі. *Глобальні трансформації у сфері культури: виклики сьогодення: матеріали міжнародної наукової конференції (м. Львів, 29–30 жовтня 2021 р.)*. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2021. С. 37–41.
10. Андрейко В. Розвиток туристичної галузі як елемент транскордонного співробітництва країн Карпатського регіону. *Міжнародний науковий вісник*. 2022. № 1-2(25-26). С. 50–61.
11. Сухорольська І. Громадська дипломатія як чинник демократизації політичної системи України: дисертація ... кандидата політичних наук: 23.00.03 – політичні інститути та процеси / НУ «Львівська політехніка». Львів, 2015. 205 с.
12. 17 цілей сталого розвитку: освіта займає чільне місце [Електронний ресурс]. URL: <https://ron.org.ua/novyny/4301-novij-globalnij-poryadok-dennij-stalogo-rozvitku.html> (дата звернення: 17.06.2023).
13. Місюк І., Сухорольський П. Поняття та сутність громадської дипломатії. *Грані: науково-теоретичний і громадсько-політичний альманах*. 2011. № 1(75). С. 179–181.
14. Українська дипломатична енциклопедія: у 2 т. Т. 1. Київ: Знання України, 2004. 655 с.
15. Anholt S. Beyond the Nation Brand: The Role of Image and Identity in International Relations. *Exchange: The Journal of Public Diplomacy*. 2011. [Electronic resource]. Mode of access: <https://surface.syr.edu/exchange/vol2/iss1/1> (дата звернення: 17.06.2023).

16. Olins W. Making a National Brand. *The New Public Diplomacy Soft Power in International Relations*. Basingstoke, New York: Palgrave Macmillan, 2005. P. 169–179.
17. Прокопенко В. Участь України в європейських інтеграційних процесах: тенденції та перспективи розвитку в сфері туризму. *Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності у конкурентному середовищі*: матеріали міжнародної науково-практичної конференції. Харків: Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, 2020. С. 9–11.
18. Зелені компетентності. Європейська рамка компетентностей для сталого розвитку / Національне агентство кваліфікацій. 2022. [Електронний ресурс]. URL: <https://nqa.gov.ua/news/novij-dokument-zeleni-kompetentnosti-evropejska-ramka-kompetentnostej-dla-stalogo-rozvitku/> (дата звернення: 17.06.2023).
19. Стратегія публічної дипломатії Міністерства закордонних справ України на 2021–2025 рр. [Електронний ресурс]. URL: <https://mfa.gov.ua/storage/app/sites/1/%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%97/public-diplomacy-strategy.pdf> (дата звернення: 17.06.2023).
20. Верховцева І., Скляренко І. Бренд «Україна» в контексте публічної дипломатії. *Proceedings of the XI International Scientific and Practical Conference: Methodological and Attitudinal Principles of Classical Science*. Stockholm, Sweden, 13–14 March. Stockholm: Mijnbestseller, 2023. С. 16–21.

REFERENCES

1. Andrejko, V. (2022). Rozvytok turystychnoi haluzi iak element transkordonnoho spivrobotnytstva krain Karpats'koho rehionu [Development of the tourism industry as an element of cross-border cooperation of the countries of the Carpathian region]. *International scientific bulletin*. 1-2(25-26) [in Ukrainian].
2. Anholt, S. (2011). Beyond the Nation Brand: The Role of Image and Identity in International Relations. *The Journal of Public Diplomacy*. www.surface.syr.edu Retrieved from <https://surface.syr.edu/exchange/vol2/iss1/1> [in English].
3. *Zeleni kompetentnosti. Yevropejs'ka ramka kompetentnostej dlia staloho rozvytku / Natsional'ne ahentstvo kvalifikatsij [Green Competences. European Competence Framework for Sustainable Development / National Agency of Qualifications]* (2022). www.nqa.gov.ua Retrieved from <https://nqa.gov.ua/news/novij-dokument-zeleni-kompetentnosti-evropejska-ramka-kompetentnostej-dla-stalogo-rozvitku/> [in Ukrainian].
4. Misiuk, I., Sukhorolskyi, P. (2011). Poniattia ta sutnist' hromads'koi dyplomatii [Concept and Essence of Public Diplomacy]. *Edges: The Scientific-Theoretical and Social-Political Almanach*. 1(75) [in Ukrainian].
5. Olins, W. (2005). Making a National Brand. *The New Public Diplomacy Soft Power in International Relations*. Basingstoke, New York: Palgrave Macmillan [in English].
6. Onyshchuk, O. (2021). Mizhnarodnyj turyzm ta hlobalizatsiia v suchasnomu sviti [International Tourism and Globalization in the Modern World]. *Global Transformations in the Field of Culture: Today's Challenges*: Materials of the International Scientific Conference (Lviv, October 29–30, 2021). Lviv: Lviv Ivan Franko National University [in Ukrainian].
7. Parfinenko, A. (2015). Mizhnarodnyy turyzm v Ukrayini: heopolitychni aspekty hlobal'noho yavlyshcha [International tourism in Ukraine: geopolitical aspects of a global phenomenon]. *Actual Problems of International Relations*. 126-1 [in Ukrainian].
8. Parfinenko, A. (2016). Mizhnarodnyj turyzm iak instrument publichnoi dyplomatii: novi mozhlyvosti dlia posylennia zovnishn'opolitychnoho vplyvu Ukrainy [International Tourism as a Tool

- of Public Diplomacy: New Opportunities for Strengthening Ukraine's Foreign Policy Influence]. *Actual Problems of International Relations*. 127-1 [in Ukrainian].
9. Prokopenko, V. (2020). Uchast' Ukrainy v ievropejs'kykh intehratsijnykh protsesakh: tendentsii ta perspektyvy rozvytku v sferi turyzmu [Ukraine's Participation in European Integration Processes: Trends and Development Prospects in the Field of Tourism]. *Modern Trends in the Development of the Tourism and Hospitality Industry in a Competitive Environment: Materials of the International Scientific and Practical Conference*. Kharkiv: O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv [in Ukrainian].
 10. *Stratehiia publichnoi dyplomatii Ministerstva zakordonnykh sprav Ukrainy na 2021–2025 rr.* [Public Diplomacy Strategy of the Ministry of Foreign Affairs of Ukraine for 2021–2025]. [www.mfa.gov.ua](https://mfa.gov.ua/storage/app/sites/1/%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%97/public-diplomacy-strategy.pdf) Retrieved from <https://mfa.gov.ua/storage/app/sites/1/%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%97/public-diplomacy-strategy.pdf> [in Ukrainian].
 11. Sukhorolska, I. (2015). *Hromads'ka dyplomatiia iak chynnyk demokratyzatsii politychnoi systemy Ukrainy / NU «L'vivs'ka politekhnika»* [Public Diplomacy as a Factor in the Democratization of the Political System of Ukraine / Lviv Polytechnic National University] [in Ukrainian].
 12. *17 tsiley staloho rozvytku: osvita zaymaye chil'ne mistse* [17 Sustainable Development Goals: Education takes a prominent place]. [www.pon.org.ua](https://pon.org.ua/novyny/4301-novij-globalnij-poryadok-dennij-stalogo-rozvitku.html) Retrieved from <https://pon.org.ua/novyny/4301-novij-globalnij-poryadok-dennij-stalogo-rozvitku.html> [in Ukrainian].
 13. Sychova, A. (2019). Turyzm iak mobil'nyj sposib formuvannia horyzontal'noi doviry [Tourism as a Mobile Way of Forming Horizontal Trust]. *Public Administration*. 4 [in Ukrainian].
 14. Trofimenko, M. (2015). Transformatsiya publichnoyi dyplomatiyi Yevropeys'koho Soyuzu v umovakh hlobalizatsiyi [Transformation of public diplomacy of the European Union in the conditions of globalization]. *Bulletin of Lviv University. Series of philosophical and political studies*. 7 [in Ukrainian].
 15. Tsyvaty, V. (2023). Model' publichnoi dyplomatii Yevropejs'koho Soiuzu (YeS) v umovakh transformatsii postbipoliarnoho svitoustroiu XXI stolittia [The Model of Public Diplomacy of the European Union (EU) in the Conditions of the Transformation of the Post-Bipolar World System of the 21st Century]. *European Diplomacy in the 21st Century: Materials of the 5th Scientific and Practical Round Table*. Kharkiv: V. N. Karazin Kharkiv National University [in Ukrainian].
 16. *Ukrains'ka dyplomatychna entsyklopediia* [Ukrainian Diplomatic Encyclopedia] (2004). Vol. 1. Kyiv: Knowledge of Ukraine [in Ukrainian].
 17. *Ursula fon der Liaien vystupaie pered parlamentom Ukrainy* [Ursula von der Leyen speaks before the Parliament of Ukraine]. [www.youtube.com](https://www.youtube.com/watch?v=H4_QomEk3g4) Retrieved from https://www.youtube.com/watch?v=H4_QomEk3g4 [in English].
 18. Verkhovtseva, I., Skliarenko, I. (2023). Brend “Ukraina” v kontekste publichnoi dyplomatii [The brand “Ukraine” in the Context of Public Diplomacy]. *Proceedings of the XI International Scientific and Practical Conference: Methodological and Attitudinal Principles of Classical Science*. Stockholm, Sweden, 13–14 March. Stockholm: Mijnbestseller [in Ukrainian].
 19. *Vystup Posla Brink pid chas shchorichnoi dyskusii vydannia NV “Ukraina ta svit poperedu 2023”* [Ambassador Brink's speech during the annual discussion of the NV edition “Ukraine and the world ahead 2023”]. [www.ua.usembassy.gov](https://ua.usembassy.gov/uk/ambassador-brinks-remarks-at-nvs-ukraine-in-2023-forum/). Retrieved from <https://ua.usembassy.gov/uk/ambassador-brinks-remarks-at-nvs-ukraine-in-2023-forum/> [in Ukrainian].
 20. *Vystuplenye prezidenta Evrokomysyy Ursuly fon der Liaien na Vsemyrnom ekonomycheskom forume 2023* [Speech by the President of the European Commission, Ursula von der Leyen, at the World Economic Forum 2023]. [www.youtube.com](https://www.youtube.com/watch?v=vHvivyKn2uec) Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=vHvivyKn2uec> [in English].