

УДК 327.8(481)(045)

М.В. Трофименко

ПУБЛІЧНА ДИПЛОМАТІЯ КОРОЛІВСТВА НОРВЕГІЯ

У роботі автор представив аналіз особливостей публічної дипломатії Королівства Норвегія через дослідження її стратегії, механізмів та інструментів реалізації. Розглянуто особливості Норвегії як «невидимої» країни та зусилля цієї держави з підвищення «привабливості» свого образу для світової громадськості. Встановлено, що стратегія публічної дипломатії Норвегії базується на чотирьох образах і ціннісних платформах: гуманітарна наддержава / миротворець; суспільство, яке живе в мирі з природою; суспільство з високим показником рівності; інтернаціональне суспільство / суспільство, наповнене духом пригод. Автор також виокремив основні інструменти реалізації публічної дипломатії Норвегії, серед яких особливе місце займають високоякісні веб-сайти державних структур, зокрема Міністерства закордонних справ та представництв країни за кордоном, а також діяльність державної компанії Innovation Norway та Норвезького агентства з міжнародного розвитку (НАМР).

Ключові слова: *публічна дипломатія, «невидима» країна, «норвезький ціннісний рюкзаць», Innovation Norway, Норвезьке агентство з міжнародного розвитку (НАМР).*

Головна складність для традиційного представлення публічної дипломатії як інструмента зв'язку уряду з закордонною громадськістю полягає в тому, що публічна

дипломатія заснована на об'єднанні держави з ціннісними ресурсами національних суб'єктів суспільства. Це спонукає держави (міністерства закордонних справ) розробляти стратегії координації роботи, щоб залучати національних суб'єктів до формування платформ для просування образу і цінностей, навколо яких може виникнути синергія в залученні закордонної громадськості.

Публічна дипломатія сьогодні є серйозним викликом для міністерств закордонних справ зовсім не тільки через те, що їм потрібно підтримувати комунікацію з широкою зарубіжною аудиторією і робити це з великою швидкістю в умовах інформаційної ємності. Дипломати завжди підтримують контакти із зарубіжним суспільством для того, щоб привернути увагу до позиції їх країн і пропаганди їх цінностей, питання лише адаптації організаційних процедур і технологічної інфраструктури міністерств закордонних справ з тим, щоб вони продовжили ефективно здійснювати громадську діяльність за кордоном. Тією серйозною проблемою, яка стоїть перед МЗС щодо публічної дипломатії є те, що, як правило, в залученні національних суб'єктів в дипломатичні відносини дипломати не беруть участі. Необхідність цього викликає інституційну кризу, що підриває інституційний імідж МЗС як виняткового органу, що відає питаннями зовнішніх зносин. Сучасна публічна дипломатія ставить під сумнів основні уявлення про те, хто ж такий дипломат, і що ж дійсно є дипломатією, а що ні.

Для більш детального дослідження механізмів публічної дипломатії важливим виступає аналіз досвіду різних країн у цій сфері. Досить цікавим є досвід Королівства Норвегія, яке велику увагу приділяє розвитку своєї публічної дипломатії.

Королівство Норвегія – суверенна та унітарна монархія, територія якої включає в себе західну частину Скандинавського півострова, острів Ян-Маєн і Арктичний архіпелаг Шпіцберген.

Норвегія займає територію площею у 385 252 км² і має населення чисельністю 5 258 317 чол. (на січень 2017)¹. Країна має довгу лінію східного сухопутного кордону зі Швецією (протяжністю 1 619 км). Норвегія також межує з Фінляндією і Росією на північному-сході, а також з протокою Скагеррак на півдні, з Данією на іншому боці. Норвегія має довгу берегову лінію, межуючи з Атлантичним океаном та Баренцовим морем.

Король Гаральд V з династії Шлезвіг-Гольштейн-Сьоннерборг-Глюксбургів є правлячим монархом Норвегії. Ерна Солберг стала прем'єр-міністром у 2013 році, замінивши на посту Єнса Столтенберга. Норвегія – конституційна монархія, державна влада в країні розділена між парламентом, Королем та Верховним Судом, згідно Конституції 1814 року. Між 1661 та 1814 рр. Норвегія була абсолютною монархією, а до 1661 року, Король ділив владу з норвезькою знаттю. Норвегія є однією з перших держав Європи та одним з найстаріших досі існуючих королівств у світі, заснованим у 872 році завдяки злиттю кількох дрібних королівств. Королівство безперервно існує протягом більше як 1100 років, а перелік норвезьких монархів включає більше шістдесяти королів та графів.

Норвегія підтримує тісні зв'язки з Європейським Союзом та його країнами-членами (незважаючи на відмову від вступу до союзу на референдумі), так само, як і зі Сполученими Штатами Америки. Норвегія є однією з країн засновників Організації Об'єднаних Націй, НАТО, Ради Європи, Антарктичного Договору та Північної Ради; також членом Європейської Економічної Зони, Світової Організації Торгівлі, та Організації Економічного Співробітництва та Розвитку; і частиною Шенгенської зони. Норвегія подавала заявки на вступ до ЄС та його попередників у 1962, 1967 та 1992 роках. Якщо Данія, Швеція та Фінляндія набули членства в ЄС, норвежці відхилили угоди про приєднання до ЄС на референдумах 1972 та 1994 років. Проте, Норвегія разом з Ісландією та Ліхтенштейном бере участь у єдиному ринку Європейського Союзу завдяки приєднанню до угоди

Європейського економічного простору (ЄЕП). Норвегія є високо інтегрованим членом більшості секторів внутрішнього ринку ЄС.

Країна успішно поєднує ринкову економіку та Скандинавську економічну модель обов'язковим медичним страхуванням і комплексною системою соціального страхування. Норвегія має значні запаси нафти, природного газу, мінералів, лісоматеріалів, морепродуктів, прісної води і гідроенергетики. На нафтову промисловість припадає близько чверті валового внутрішнього продукту країни. Норвегія посідає четверте місце у світі в переліку країн за розміром доходу на душу населення, згідно з даними Світового банку та МВФ.

Норвегія є однією з найбільш розвинених демократій та правових держав у світі. З 2010 року Норвегія є найбільш демократично розвинутою країною у світі згідно даних рейтингу Індекс демократії [3].

Норвегія має свої посольства у 86 країнах світу, у тому числі й в Україні [8]. Натомість в Осло акредитовані представництва 60 країн світу.

Норвегія – країна, що обіймає перші позиції у провідних рейтингах, що вимірюють якість життя, якість системи охорони здоров'я, стабільність, свободу преси, рівень прибутків тощо [7].

Індекс	Позиція	Кількість країн, що розглядалась
Всесвітня доповідь щодо найбільш щасливих країн 2017 року	1	157
Індекс розвитку людини 2015 року	1	187
Індекс розвитку людини з точки зору нерівності за 2015 р.	1	150
Індекс кращого життя Організації економічного співробітництва та розвитку 2016 року	1	38
Індекс процвітання 2016 року	2	149
Індекс інтегрованості за 2016 рік	1	105
Індекс розвитку демократії 2016 року	1	167
Всесвітня доповідь щодо здоров'я матерів та немовлят 2015 року	1	179
Обсяги витрат на охорону здоров'я на душу населення 2013 року	1	188
Індекс свободи преси 2017 року	1	180
Індекс недієздатності держав 2016	2 (зразкова країна)	178
Середній валовий прибуток домогосподарств 2013 року	2	131
Середні доходи дорослих громадян 2009–2014	2	35
Міжнародний індекс прав власності 2015 року	2	129
Глобальний звіт про гендерну рівність 2016 року	3	144
Індекс рівня володіння англійською мовою 2015 року	4	70
Індекс сприйняття корупції 2015 року	5	175
Індекс розвитку мереж 2016 року	4	139
Індекс легкості організації та ведення бізнесу 2016 року	9	185
Глобальний індекс миролюбності за 2016	17	163
Індекс глобалізації 2015 року	18	207

Індекс ефективності логістики за 2016	22	160
Індекс економічних свобод 2016 року	27	167

Таким чином, Норвегія – є надзвичайно цікавою країною для вивчення. Знаходячись на півночі Європи, маючи тісні зв'язки з Європейським Союзом, але не входячи до нього, обіймаючи досить велику територію з відносно невеликим населенням, маючи величезні запаси природних ресурсів, в тому числі нафти та газу, створивши унікальну економічну модель, обіймаючи найвищі сходинки у світових рейтингах по різним напрямом життєдіяльності.

Норвезький політолог, письменниця та політик Джане Хааланд Матларі зазначає, що, хоча Норвегія під час Холодної війни і була стратегічним пріоритетом для США та інших союзників по НАТО через свої спільні кордони з СРСР на Півночі, цей статус зник після закінчення ідеологічної конфронтації, і тепер Норвегії необхідно шукати нові способи, щоб заявити про себе на міжнародній арені [2]. Деякі вчені використовують по відношенню до Норвегії термін «невидима» країна та називають цю ознаку головною проблемою норвезької публічної дипломатії.

Британські вчені Марк Леонард та Ендрю Смол зазначають, що існує низка факторів, які обумовлюють так звану «невидимість» Норвегії: невеликий розмір за населенням, економікою та присутністю в регіоні та світі; вона ізольована політично, географічно і культурно; її мові не вистачає «привабливості» багато норвежців говорять англійською, а не навпаки; в ній відсутні власні бренди і відмітні знаки Норвегія не направляє до інших країни своїх емісарів для зміцнення норвезької самобутності; вона подібна до Скандинавії їх спільна культурна спадщина аж ніяк не допоможе відрізнити Норвегію від інших країн цього регіону [2, р. 16].

Для вирішення цієї проблеми, Міністерство закордонних справ Норвегії уклало контракт з лондонським Центром зовнішньої політики (ЦЗП) [4] на розробку стратегії публічної дипломатії для Норвегії. Для того, щоб виявити загальну платформу образів і цінностей, навколо яких може бути створений повноцінний образ Норвегії, в 2002 і 2003 роках в Осло було проведено кілька семінарів, в яких взяли участь Центр зовнішньої політики, представники Міністерства закордонних справ Норвегії та низка зацікавлених сторін, починаючи з урядових установ, активістів неурядових організацій, науковців, журналістів і підприємців. Ці зустрічі носили характер дискусій за закритими дверима, участь в яких брало лише кілька обраних впливових осіб, які суттєво впливали на формування громадської думки. В результаті роботи семінарів був складений стратегічний звіт, представлений норвезькій громадськості в червні 2003 року. У звіті було представлено чотири образи і ціннісних платформи, навколо яких мало формуватися розуміння як представити Норвегію світу:

- гуманітарна наддержава / миротворець;
- суспільство, яке живе в мирі з природою;
- суспільство з високим показником рівності;
- інтернаціональне суспільство / суспільство, наповнене духом пригод [2, р. 16].

В той час, як розробка узгодженого набору образів і цінностей, навколо яких повинна проводитися пропаганда норвезької самобутності за кордоном є новою, цінності, пов'язані з чотирма компонентами стратегії публічної дипломатії, вже довгий час існують в норвезькому суспільстві і протягом десятиліть проникали в політичне життя Норвегії.

Як відзначають політологи Добінсон і Дейл, було досягнуто надзвичайно широкою політичної єдності у питанні, що стосується понять миру як пріоритету у зовнішній політиці, навколо соціально-демократичних цінностей, що підтверджують рівність і насамперед, щодо питань екології. Починаючи з 50-х років ХХ століття неурядові організації в Норвегії, так само як і норвезький уряд, активно беруть участь в питаннях розробки, розвитку, захисту прав людини і зміцненні миру в різних регіонах світу.

Прикладами застосування подібних миротворчих зусиль Норвегії є Шрі-Ланка, Колумбія та Близький Схід. Між урядом і неурядовими організаціями був встановлений нерозривний зв'язок та тісна співпраця Міністерство закордонних справ Норвегії навчилося покладатися на досвід і мережі контактів неурядових організацій на місцях в кризових регіонах, у той час, як такі організації можуть розраховувати та покладатися на більш істотну фінансову підтримку з боку уряду.

Таким чином, на думку журналіста та політолога Яна Егеланда згадана система взаємовідносин офіційних державних органів влади із неурядовими організаціями свідчила про створення так званої «норвезької моделі» співпраці, де діяльність громадських організацій та цінності тісно координуються з пріоритетними аспектами і цінностями зовнішньої політики уряду, що і відображає такий багатосторонній підхід на практиці. Деякі з успішних мирних переговорів, проведених норвезькими акторами (як урядовими, так і неурядовими) використовуються в якості прикладу того, як тісно політичні діячі Норвегії пов'язані зі згаданими вище цінностями [2, р. 17].

Політологи Добінсон і Дейл називають це «норвезьким ціннісним рюкзаком», що виступає метафорою когнітивної бази, яка містить глибоко вкорінені цінності збереження рівності, миру і навколишнього середовища, за допомогою яких норвезькі політичні діячі сприяють вирішенню конфліктних ситуацій, що відбуваються за кордоном. Значення метафори «ціннісний рюкзак» знаходить своє вираження в описі тієї ситуації, коли, наприклад, для того, щоб обговорити рішення проблеми, конфліктує в громадянській війні сторони запрошуються до Норвегії. У практиці закріпилося те, що всіх учасників переговорів запрошували прогулятися по лісах на північ від Осло (такі прогулянки привели учасників переговорів з боку Ізраїлю і Палестини до підписання мирної угоди в Осло в 1993 році) або провести час в приватному котеджі представника норвезької громадської організації, де, наприклад, в середині 90-х років ХХ століття довелося опинитися учасникам партизанського руху в Гватемалі. Норвезькі актори сприяють вирішенню зовнішніх конфліктів завдяки своїй вкрай специфічній системі цінностей, яка залишається відносно незмінною серед усіх норвезьких акторів, які беруть участь в мирних переговорах. Мабуть, це можна було б охарактеризувати як внутрішньо орієнтований інтернаціоналізм використання свого особливого життєвого досвіду, традицій і світосприйняття щодо ситуацій, що виникають за межами своєї власної культури, виходячи з загальної рівності всіх людей [2, р. 16].

Залежність Міністерства закордонних справ Норвегії від різних форм співробітництва, обміну інформацією, координації з окремими суб'єктами громадянського суспільства (ця модель також застосовувалася в згаданих вище консультативних нарадах в процесі розробки стратегії публічної дипломатії) різко суперечить небажанню МЗС брати участь в більш широкому публічному обговоренні цінностей і пріоритетних напрямків здійснення зовнішньої політики. Хоч й інші міністерства норвезького уряду з метою залучення народу до обговорення політичних ініціатив і пріоритетів покладаються на широке коло консультативних механізмів, єдиним механізмом, що застосовується Міністерством закордонних справ в консультуванні з громадськістю, залишається проведення тематичних конференцій і дискусій, в яких пропонується брати участь тільки окремим групам суб'єктів громадянського суспільства. Такий корпоративістський вибірковий підхід до публічного обговорення може бути пов'язаний з тим, що міністерство закордонних справ традиційно бореться з низьким рівнем легітимності і поваги всередині широких верств егалітарного норвезького суспільства, скептично налаштованого щодо того, що, на їхню думку, є прихованою квазі-аристократичною практикою серед дипломатів. Через ці проблеми у відносинах з суспільством всередині країни професійна орієнтація на захист інформації завжди була на другому місці в міністерстві, а необхідність

ділитися інформацією з громадськістю – на першому, для того щоб заручитися її підтримкою і схваленням зовнішньополітичної діяльності [2, р. 18].

Інтернет перетворився на ефективний інструмент такої активності. З того моменту, як уряд Норвегії створив свої офіційні веб-сайти, сайт Міністерства закордонних справ є найбільш популярним та інформативним з точки зору кількості відвідувачів і документів, розміщених на ньому. Сьогодні веб-сайти всіх норвезьких посольств мають стандартний дизайн і інформаційну архітектуру і інтегровані в Норвезький урядовий портал, який діє з кінця 2003 року [2, р. 18]. Цей портал є офіційним обличчям Норвегії в очах всього світу [5].

Веб-сайти кожного посольства на Норвезькому порталі мають специфічні культурні особливості (місцева мова, місцева інформація та новини норвезького посольства тощо). Щомісяця портал відвідують понад 150 тисяч людей.

Хоча і дизайн веб-сайту Міністерства та Норвезького порталу відрізняються високою якістю, публікація матеріалів та інформації на цих сайтах здійснюється шляхом видання прес-релізів і односторонньої передачі інформації. МЗС Норвегії не закликає громадськість висловлювати свою думку з питань пріоритетних напрямків здійснення зовнішньої політики держави або цінностей, які повинна сповідувати Норвегія. Міністр закордонних справ і речник міністерства є найбільш звичними каналами зв'язку міністерства з громадськістю. Міністерство закордонних справ

Норвегії за словами своїх же керівників завжди прагне мати «єдиний образ перед світом» [2, р. 19].

Логіка прагнення мати «єдиний образ перед світом» проявляється в підході Міністерства закордонних справ Норвегії щодо координації норвезької публічної дипломатії. Ще у 2003 році Державний секретар закордонних справ Норвегії Турхіль Відве на засіданні Норвезько-американської торгівельно-промислової палати в Оттаві в 2003 році звернула увагу на наступне: «Сьогодні існує досить багато різних організацій асоціацій, діяльність яких якимось чином впливає на репутацію Норвегії за кордоном. Крім різних міністерств, я думаю про Норвезьку торгівельну раду, Раду з туризму Норвегії і всілякі культурні установи. Таке різноманіття інститутів корисно в тому сенсі, що воно стимулює творчий підхід, але проблема в тому, що іноді їх ідеї суперечать одна одній. Мінімізація роздрібненості їх зусиль допомогла би координувати їх ідеї, дозволила б уникнути дублювання і тим самим підвищила б їх ефективність. Уряд Норвегії вже вжив заходів в цьому відношенні, вирішивши створити новий орган, до складу якого повинні увійти Торгівельна Рада, Рада з туризму, Державний фонд з регіонального розвитку та підрозділ з підготовки керівних вказівок для інвесторів. Сенс в тому, що це налагодить взаємодію і встановить більш тісний зв'язок між новаторством і інтернаціоналізацією» [2, р. 19].

Цим органом стала державна компанія Innovation Norway, створена 1 січня 2004 року [6]. Будучи компанією з представництвами у всіх 19 провінціях Норвегії та в 30 країнах за кордоном, основна мета Innovation Norway полягає в тому, щоб допомогти проявити потенціал різних районів і регіонів шляхом сприяння новаторству, інтернаціоналізації та пропаганді. Найбільш зацікавлені в діяльності компанії підприємства і регіональні органи влади. Для того, щоб забезпечити ефективну координацію та ефективне використання ресурсів, уряд Норвегії вирішив інтегрувати представників Innovation Norway в дипломатичну службу Норвегії і розмістити її офіси в дипломатичних представництвах Норвегії за кордоном.

Подальше укрупнення Міністерства закордонних справ Норвегії відбулося в 2004 році, коли Норвезьке агентство з міжнародного розвитку, HAMPA (Norwegian Agency for Development Cooperation, NORAD) в адміністративному відношенні було поставлено під контроль міністерства [8]. Норвезьке агентство з міжнародного розвитку традиційно має широку мережу контактів і механізми співпраці з різними норвезькими громадськими

організаціями і науковими установами, що діють на міжнародному рівні. Шляхом такого об'єднання Міністерство закордонних справ розраховувало забезпечити більш ефективну координацію зовнішньополітичної діяльності, здійснюваної численними суб'єктами, і звичайно покращити узгодженість гасел і образів Норвегії, які ці суб'єкти пропагують за кордоном. Крім того, вже згадувана нами Турхіль Відве стверджувала наступне: «Усі ми, ймовірно, погодимося з тим, що, акцент на декількох, цілеспрямованих гаслах спрацьовує краще, ніж безліч найрізноманітніших і часом суперечливих історій. Це не означає, що нам потрібно приховати наші розбіжності. Різноманіття необхідний елемент демократичного суспільства. Але я переконана, що цілком можливо створити «національну парасольку», під якою можна розповісти безліч

різних історій, адаптованих до місцевих умов. Це дозволило знизити ризик двозначної комунікації. І це зробило б вплив на становлення образу Норвегії, який був би настільки репрезентативним і чітким, щоб можна було його вивести на міжнародний рівень» [2, р. 20]. З урахуванням вище зазначеного, необхідно зауважити, що Міністерство закордонних справ Норвегії у питаннях позиціонування Норвегії за кордоном, реалізації публічної дипломатії керується централізуючим, а також виборчим корпоративним підходами. І НАМР, і Innovation Norway мають велику контактну мережу з міжнародно активними членами норвезького суспільства. Шляхом злиття такі суб'єкти створили більш організаційно оформлену структуру управління зовнішніх зносин, що в свою чергу призвело до поступової зміни організаційної культури в МЗС Норвегії та більш високого рівня відкритості до широкого громадського обговорення.

Норвегія в координації своєї публічної дипломатії спирається на централізований корпоративний підхід. Міністерство закордонних справ, в цілому, є провідною установою, яка координує те, що за кордоном має бути представлено як «норвезьке». Єдиний набір гасел і образів, що відображають сутність Норвегії, був прийнятий при безпосередніх консультаціях з групою окремих зацікавлених суб'єктів суспільства. Відібрані цінності і образи (мир, природа, рівність) представляють собою ідеї та цінності, які є привабливими практично для будь-якого суспільства в світі. З урахуванням цієї привабливості, міжнародна діяльність суб'єктів Норвегії (як державних, так і недержавних), представлена як пропаганда однієї або декількох цінностей, досягає великої ефективності практично в будь-якій точці світу. Що вдалося Норвегії, так це сформувати такий образ, який позиціонується як багатостороння та різноспрямована платформа образів і цінностей, з якими більшість членів норвезького суспільства можуть ідентифікувати себе, і які, в той же час, привабливі для більшості політичних режимів, релігій і культур в усьому світі [2, р. 22].

Таке позиціонування в значній мірі розширює можливості норвезького уряду (МЗС зокрема) заохочувати суб'єкти громадянського суспільства ототожнювати себе із своєю державою. Більше того, зосередження зусиль на проблемі миру дозволяє Норвегії привертати увагу і опановувати розуми закордонного суспільства, з огляду на те, що мирні переговори привертють увагу світових засобів масової інформації. Окрім фактичних обговорень умов досягнення миру, які проводяться суб'єктами громадянського суспільства Норвегії, заходом, що привертає увагу світових засобів масової інформації, є Нобелівська премія миру, що присуджується щорічно в Осло. Концерт Нобелівської премії миру, який в останні роки мав можливість представити знаменитостей світової музичної індустрії і кінематографа зокрема, наприклад, таких зірок, як Том Круз, Опра Уїнфрі й інших, в якості ведучих, Адреа Бочеллі, Пол Маккартні тощо, в якості виконавців виявився ефективним способом для Норвегії привернути увагу і пропагувати образ миролюбної держави серед дуже широкої глобальної аудиторії.

В світі не існує суспільства, політичного режиму або релігійної групи, які б не дорожили миром, природою і рівністю. Тому успішна стратегія публічної дипломатії Норвегії буде спрямована на те, щоб позиціонувати свою країну завдяки образам і

цінностям, привабливим не тільки на місцевому рівні, а й в їх глобальних еквівалентах. Таке позиціонування сприятиме підвищенню привабливості (м'якої сили) Норвегії серед недержавних суб'єктів як всередині так і поза межами країни.

Список використаної літератури

1. Трофименко М. В. Дипломатична та консульська служба : підручник для студентів ВНЗ / М. В. Трофименко, К. В. Балабанов. — Донецьк : Вид-во «Ноулідж» (донецьке відділення), 2013. — 432 с.
2. Batora J. Public Diplomacy in Small and Medium-Sized States: Norway and Canada / Jozef Batora. — Netherlands Institute of International Relations “Clingendael”, 2005. — 26 p.
3. Democracy Index. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу : https://en.wikipedia.org/wiki/Democracy_Index.
4. Foreign Policy Centre. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://fpc.org.uk>.
5. Government.no. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <https://www.regjeringen.no/en/id4/>.
6. Innovation Norway. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.innovasjon Norge.no/en/start-page/our-mission/>.
7. International rankings of Norway. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <https://en.wikipedia.org/wiki/Norway>.
8. Norwegian Agency for Development Cooperation. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <https://www.norad.no/en/front>.
9. Norway in Ukraine. Royal Norwegian Embassy in Kyiv. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <https://www.norway.no/en/ukraine/>.
10. Population. Statistics Norway. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <https://www.ssb.no/en/befolkning/nokkeltall/population>.
11. Routledge Handbook of Public Diplomacy / [Nancy Snow, Philip M. Taylor, Nicholas J. Cull, Michael Vlahos and others]; edited by Philip M. Taylor. — New York: Routledge, 2009. — 382 p.

Стаття надійшла до редакції 10.05.2107 р.

М. Трофименко

PUBLIC DIPLOMACY OF THE KINGDOM OF NORWAY

Public diplomacy today is a big challenge for the ministries of foreign affairs not only because of the need to communicate with a wide foreign audience and make it fast in terms of information-intensive environment. Modern public diplomacy questions the perception of being a diplomat and the sense of diplomacy itself.

The analysis of the experience of various countries is important for scrutinizing the tools of public diplomacy. The author studies the experience of the Kingdom of Norway which pays much attention to its public diplomacy.

Norway is the country worth studying. Norway is situated in northern Europe, has close ties with the European Union not being a member of it at the same time, occupies pretty large area with relatively small population size and vast natural resources including oil and gas, develops its own model of economy ranking high in the world rankings in different activities. Some researches call Norway an “invisible” country and consider this to be the biggest problem of Norwegian public diplomacy.

The current system of interaction between government agencies and NGOs proved the existence of a so-called “Norwegian model” of cooperation, where NGOs activities and values are coordinated with the priorities and values of the governmental foreign policy, which reflects this multi-vector approach in practice.

Taking into account all the above-mentioned one cannot but note that the Ministry of Foreign Affairs of Norway uses centralizing, corporatist and selective approaches to present Norway abroad and to implement public diplomacy. Norway has managed to create the image,

which is seen as multi-vector and multi-directional platform of images and values that the majority of the members of Norwegian society may identify itself with and which at the same time is attractive for most political regimes, religions and cultures in the world.

Such positioning expands the abilities of Norwegian government (of the Ministry of Foreign Affairs in particular) to make the actors of the civil society of Norway associating themselves with their country. Moreover, the focus on the issues of peace allows Norway to draw the attention and capture the minds of foreign audience, given that peace negotiations draw attention of the world mass media.

There is no such society, political regime or religious group in the world, which would not care about the peace, nature and equality issues. That is why the effective strategy of Norwegian public diplomacy will be focused on positioning of its own country through images and values, which seems attractive not only locally but also globally. Such positioning will contribute to the increase of attractiveness (soft power) of Norway among the non-state actors within the country and abroad.

Key words: *public diplomacy, Norwegian Agency for Development Cooperation, NORAD.*