

transparent reports to all stakeholders, CRM systems for client relations support, corporate messengers for teamwork both in the office and on a distance. There is no sufficient data on the usage of IT of project management by public organizations. So, the Author supposes, that, the following issues should be researched to discover an impact of such technologies: percentage of public organizations using IT of project management, the impact of such technologies on general efficiency of project activity, staff policy, community engagement. The discovery of such issues would allow to finally check the impact of such technologies on a public activity.

Key words: *Public activity, professionalization, project, informational technology of project management*

УДК 327.82(477)

М.В. Трофименко

ІНСТИТУЦІОНАЛІЗАЦІЯ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ УКРАЇНИ

Стаття присвячена аналізу процесу інституціоналізації публічної дипломатії України з використанням досвіду посткомуністичних країн Центральної та Східної Європи. Встановлено, що в сучасних умовах публічна дипломатія забезпечує не тільки позитивне сприйняття держави світовою спільнотою, а й сприяє її підтримці на міжнародній арені з боку інших країн, грає важливу роль в забезпеченні національної безпеки. В умовах «української кризи» відбувається активізація української публічної дипломатії, при реалізації якої Україна використовує досвід європейських посткомуністичних держав, з якими її поєднують спільні виклики проведення політики. Зокрема, за їх прикладом Україна створила Український інститут, вперше за роки незалежності був затверджений бренд України (UkraineNow); після Революції Гідності активно розпочалася боротьба із комуністичним минулим; в структурі українського МЗС було створене Управління публічної дипломатії з метою активізації використання найкращих практик публічної дипломатії світу в інтересах України.

Ключові слова: *публічна дипломатія, Центральна та Східна Європа, культурна дипломатія, брендинг, Український інститут (УІ).*

Публічна дипломатія надає державам інструменти зменшення негативного впливу на їх імідж в очах міжнародної громадськості, спричиненого подіями в їх історії, сучасними конфліктами всередині держави та з іноземними країнами, внутрішньополітичними процесами з негативним забарвленням тощо. Більш того, реалізація публічної дипломатії забезпечує не тільки позитивне сприйняття держави світовою спільнотою, а й сприяє підтримці її внутрішньо та зовнішньополітичного курсу з боку інших держав, грає важливу роль в забезпеченні національної безпеки.

Особливої актуальності формування публічної дипломатії набуває для України. Після незаконної анексії Автономної Республіки Крим, початку збройної агресії Російської Федерації на Сході України, самопроголошення так званих Донецької та Луганської народних республік, підтримуваних РФ, Україна значно активізувала розвиток своєї публічної дипломатії. При цьому, обираючи її модель, Україна активно використовує досвід інших держав, особливо країн, що мають подібні виклики, зокрема подолання комуністичного минулого, демократизація суспільства, євроінтеграція, протидія всебічному російському впливу, пошук власної ніші в міжнародних відносинах тощо. З огляду на це, при розробленні моделі публічної дипломатії, українські урядовці

широко використовували досвід саме посткомуністичних країн Центральної та Східної Європи.

Отже, основними складовими національних моделей публічної дипломатії посткомуністичних країн Центральної та Східної Європи, по-перше, є створення національного інституту, що обіймається питаннями популяризації мови, історії, культури своєї країни, при цьому через фінансування зазначених організацій виключно з державного бюджету та, зважаючи на його обмежений обсяг, країни регіону приймають рішення про відкриття своїх центрів, інститутів виключно у найважливіших для себе країнах; по-друге, розробка національного бренду країни задля залучення туристів до своїх країн, іноземних інвестицій, популяризації культури, історії, мови тощо.

Країни регіону, що входили до соціалістичного табору, після краху берлінської стіни та Радянського Союзу однією з основних цілей своєї публічної дипломатії поставили позбавлення асоціацій з комуністичним минулим та активну інтеграцію до Європейського Союзу та НАТО. Країни регіону для узгодження своїх позицій в рамках ЄС, НАТО й інших міжнародних організацій створюють ефективні регіональні платформи та об'єднання, такі як Вишеградська група тощо. З метою інституціоналізації публічної дипломатії в країнах регіону були створені відділи, департаменти в рамках міністерств, відомств тощо. Ці країни Центральної та Східної Європи використовують участь своїх представників у міжнародних конкурсах, проводять міжнародні спортивні змагання для привернення уваги до своїх країн, активно використовуючи ці події для розвитку своєї публічної дипломатії.

З огляду на спільність комуністичного минулого, викликів у зовнішній політиці та питаннях національної безпеки між країнами Центральної та Східної Європи та Україною не випадково при формуванні української публічної дипломатії враховується досвід саме цих країн. Не випадковим є також факт, що саме посткомуністичні країни регіону одними з перших в світі визнали державну незалежність та суверенітет України та встановили дипломатичні зв'язки з новоутвореною державою: Польща (2 грудня 1991 року, перша країна, яка визнала незалежність України); Угорщина (3 грудня 1991 року, третя країна); Латвія, Литва (4 грудня 1991 року, четверта та п'ята країни); Болгарія (5 грудня 1991 року, восьма країна); Чехословаччина (8 грудня 1991 року, дванадцята країна); Естонія (9 грудня 1991 року, тринадцята країна).

За прикладом Литви, Латвії, Естонії, Польщі тощо в Україні за пропозицією Міністерства закордонних справ України розпорядженням Уряду була утворена державна установа «Український інститут» (УІ) [17]. Зазначений інститут був віднесений до сфери управління МЗС України та є державною бюджетною та неприбутковою установою, діяльність якої спрямована на комплексну презентацію України у світі.

Створення Інституту пов'язано з подіями 2014 року. Коли сталася анексія Криму, почалася військові дії на сході України, в Міністерстві закордонних справ почали розуміти, що сучасна Україна є недостатньо ефективно репрезентована у світі. За зразок при створенні Українського інституту було взято найкращі світові практики – Британську Раду, Гьоте Інститут, Французький Інститут тощо.

Згідно Статуту Українського інституту метою його діяльності є покращення розуміння та сприйняття України та українців у світі, формування позитивного іміджу нашої держави за кордоном [18]. Основними завданнями Інституту є: підвищення впізнаваності України за кордоном через поширення знання про Україну; розбудова міжнародного діалогу шляхом підтримки міжнародних обмінів, забезпечення участі України у проектах співпраці у галузі креативних індустрій, культури, освіти, науки, економіки та інших сферах; поширення українського досвіду розвитку громадянського

суспільства, державотворення, відданості цінностям свободи, демократії, національної єдності; популяризація української мови та культури за кордоном.

Функції Інституту включають: започаткування регулярних форматів презентації України за кордоном (мультидисциплінарні фестивалі з української тематики, мовні, культурні річні ініціативи); проведення та підтримка заходів і програм за кордоном, спрямованих на інформування іноземних аудиторій про культурне та суспільно-політичне життя, розвиток громадянського суспільства, туристичний та освітній потенціал, можливості та перспективи співпраці з Україною; організація та підтримка участі України у міжнародних презентаційних заходах, а також організація презентаційних культурних заходів України за кордоном; участь у розробці, виготовленні та поширенні друкованої продукції, художніх та документальних фільмів, телевізійних виробів, фотоматеріалів, відео- та звукозаписів, блогів й інших форм та засобів інформування з української тематики за кордоном, організація та підтримка поїздок журналістів, експертів, діячів культури, освітян, науковців, представників громадянського суспільства в Україну та за кордон з метою участі у міжнародних заходах; реалізація та підтримка проектів, спрямованих на міжнародні обміни та поживлення міжлюдських контактів за участю України; підтримка творчих заходів в Україні та за кордоном, сприяння спільним міжнародним проектам, налагодження інституційної співпраці тощо; викладання української мови на базі закордонних відділень Інституту, партнерських організацій, проведення заходів з метою заохочення вивчення української мови іноземцями, а також популяризація української літератури за кордоном, у т.ч. літературних перекладів іноземними мовами; створення, а також ведення баз даних контактів, постійний розвиток та популяризація українських інституцій, проектів та ініціатив за кордоном; взаємодія з державними органами, органами місцевого самоврядування, суб'єктами господарювання та організаціями громадянського суспільства в Україні та за кордоном у межах компетенції Інституту; взаємодія зі структурними підрозділами апарату МЗС та закордонними дипломатичними установами України в межах компетенції Інституту; співпраця з Міністерством культури України, Міністерством освіти і науки України, Міністерством інформаційної політики, іншими центральними органами виконавчої влади, громадськими організаціями та спеціалізованими інституціями з метою розроблення та реалізації проектів за кордоном.

Інститут здійснює свою діяльність на основі щорічного плану, який за погодженням з МЗС затверджується генеральним директором Інститутом до 15 грудня року, що передує плановому періоду. Інститут щорічно до 15 лютого подає МЗС звіт про результати діяльності установи у попередньому році.

Керівництво Інститутом здійснює генеральний директор, який призначається на посаду за результатами публічного та відкритого конкурсного відбору. Особа, яка пройшла конкурсний відбір, призначається на посаду наказом МЗС. До керівного складу Інституту входять генеральний директор, виконавчий директор та їхні заступники відповідно. Виконавчий директор Інституту та його заступник призначаються на посаду та звільняється з посади Державним секретарем МЗС. Заступник генерального директора Інституту призначається на посаду та звільняється з посади наказом генерального директора Інституту за погодженням з Державним секретарем МЗС.

Для проведення відбору членів до складу конкурсної комісії наказом МЗС утворюється експертна комісія у складі 7 (семи) осіб з числа осіб, які мають високу репутацію в Україні та за кордоном у сфері культури, комунікацій, іміджу та презентації України у світі. Секретар експертної комісії призначається з числа працівників МЗС.

Наказом МЗС України від 17 січня 2018 року був затверджений персональний склад Експертної комісії Українського інституту, до якої увійшли:

- Ірина Корнієнко, Член правління ГО «Громадське радіо», журналіст, перекладач, тендерний координатор кампанії проти сексизму «Повага»
- Ольга Балашова, Заступник Генерального директора з питань розвитку Національного художнього музею України
- Ольга Сагайдак, Співзасновниця Благодійного фонду «Мистецькі надра» (Dofa fund), керівник проектів фонду, організатор мультидисциплінарних мистецьких регіональних фестивалів «ДонКульт», «ГаліціяКульт», «СлободаКульт»
- Тетяна Колтунова, Директор Українського інституту книги, журналіст, куратор книжкових проектів та літературних програм
- Іван Козленко, Директор Національного центру Олександра Довженка
- Лілія Млинарич, Президент фестивалю «Джаз Коктебель»
- Віра Балдинюк, Головний редактор інтернет-журналу «Когусіог», журналіст [14].

Згідно Статуту Інституту експертна комісія приймає рішення про допущення кандидатур від юридичних осіб до участі у відборі; здійснює відбір шести членів конкурсної комісії, запропонованих юридичними особами.

До складу конкурсної комісії входять три особи, визначені МЗС, та шість осіб, рекомендованих юридичними особами будь-якої форми власності, статутні документи яких передбачають міжнародну діяльність у сфері культури, комунікацій, іміджу та презентації України за кордоном, діяльність яких є активною: упродовж останніх трьох років, не менше двох разів на рік, організовують міжнародні заходи у відповідних сферах тощо. Персональний склад конкурсної комісії затверджується наказом МЗС. У разі необхідності, до персонального складу конкурсної комісії можуть вноситися зміни.

Наказом МЗС України від 15 лютого 2018 року № 82 була утворена конкурсна комісія у наступному складі:

- Герман Єлизавета, мистецтвознавець, куратор проектів, культурний та громадський діяч
- Сінкевич Юлія, Генеральний продюсер Одеського міжнародного кінофестивалю (ООО Український кінофестиваль) Співзасновниця ГО «Українська кіноакадемія»
- Тейлор Дж. Катерина, Експерт із сучасного мистецтва, арт менеджер
- Саврук Олександр, Декан Києво-Могилянської бізнес школи
- Фролова Аліна, Директор БО Стратегічні комунікації України
- Бірзул Ольга, Програмер фестивалю Docudays UA та координатор проекту See Ukraine: Docudays UA on tour
- Гундер Андрій, Директор Представництва Американської Торгівельної Палати в Україні
- Гудімов Павло, Куратор арт-центру «Я Галерея», видавець, культурний і громадський діяч ПГ
- Ржегоржікова Луціє, Директор Чеського центру в Києві, другий секретар Посольства Чеської Республіки в Україні.

Секретар конкурсної комісії призначається з числа працівників МЗС та має: забезпечувати скликання засідання конкурсної комісії за дорученням її голови; формувати проект порядку денного засідань конкурсної комісії; здійснювати підготовку засідань конкурсної комісії; виконувати доручення голови, пов'язані з організацією проведення засідань конкурсної комісії; вести та зберігати протоколи засідань конкурсної комісії й іншу робочу документацію; брати участь у засіданнях конкурсної комісії без права голосу.

Секретарем комісії згідно наказу МЗС України було призначено першого секретаря відділу культурної дипломатії Управління публічної дипломатії МЗС України Лінник

Руслану [12].

Основними завданнями конкурсної комісії є: відбір кандидатів на посаду генерального директора Інституту; розгляд документів, поданих кандидатами у встановленому порядку на зайняття вакантної посади генерального директора Інституту; прийняття рішення про кандидата, який за результатами конкурсного відбору може бути призначений на посаду генерального директора Інституту.

Конкурсна комісія здійснює відбір кандидатів на посаду генерального директора Інституту згідно з вимогами, зазначеними в оголошенні про проведення конкурсу [21].

Згідно Умов проведення конкурсу, посадовими обов'язками генерального директора Інституту є: розробка стратегії роботи установи та її філій; започаткування та реалізація регулярних системних форматів представлення сучасної України за кордоном (міждисциплінарні фестивалі, тематичні дні тощо); започаткування та розвиток нових програм у діяльності Інституту (мистецькі копродукційні проекти, вивчення української мови для іноземців, програми культурної та наукової мобільності, мистецькі резиденції тощо); здійснення планування роботи Інституту та звітування про його діяльність; менеджмент процесу створення та організації роботи філій Інституту за кордоном; контроль за процесом затвердження та реалізації проектів; вчинення дій від імені Інституту, представлення його інтересів; комунікація з органами влади України та іноземних держав, ЗМІ, донорами, меценатами, міжнародними інституціями тощо з метою презентації сучасної України у світі; укладення від імені Інституту господарських договорів та вчинення інших правочинів; менеджмент персоналу в Україні та за кордоном відповідно до статуту Інституту; протистояння корупційним ризикам та здатність запобігати конфлікту інтересів; постійний розвиток інституції.

Претендент на посаду генерального директора Інституту має володіти іноземними мовами (англійською та іншою іноземною мовою, при цьому, одна з мов на рівні не нижче B2 згідно із Загальноєвропейськими Рекомендаціями з мовної освіти, друга – B1). Мати професійний досвід у галузі культури та/або комунікацій: управлінський досвід – від 3 років, в управлінні проектами, релевантними діяльності Інституту, – від 6 років; у реалізації міжнародних проектів в галузях, релевантних діяльності Інституту, фестивального, музейного рівнів (із зазначенням конкретних команд, які залучалися, партнерів, кількості відвідувачів, медіа-ехо тощо); у залученні фінансування для реалізації проектів та досвід фінансової звітності за законодавством України; у проектах спільно з державними органами є перевагою. Претендент на зазначену посаду має орієнтуватися в сучасному українському культурному просторі та розуміти культурний продукт, що може бути з інтересом сприйнятий іноземними аудиторіями; розуміти системи функціонування органів державної влади в Україні; мати широке коло контактів у середовищі культури, комунікацій, бізнесу; розуміти механізми та можливості формування партнерств та залучення грантових, спонсорських коштів, донорських коштів; розуміти специфіку різних категорій іноземних аудиторій; вміти вибудовувати взаємозв'язок між цілями і завданнями діяльності Інституту з цілями і завданнями зовнішньої політики України у частині культурної дипломатії; мати здатність до системного аналізу та прогнозування, вміння визначати довгострокові конкурентні переваги та загрози; мати здатність до оптимальної і продуктивної взаємодії між Інститутом та МЗС, а також центральним офісом Інституту та його філіями; вміти ініціювати та вносити пропозиції щодо вироблення рішень і реалізації завдань культурної дипломатії; здатність до пріоритезації з огляду на значну увагу з боку громадськості та велику кількість запитів та пропозицій; добре орієнтуватись у законодавчому полі та процесах в Україні; вміти використовувати досвід організації та функціонування іноземних культурних інституцій у своїй професійній діяльності; мати

знання сучасних інформаційних технологій, навички роботи з соціальними медіа.

Конкурсний відбір здійснюється шляхом оцінювання презентацій проектів програм розвитку Інституту та проведення співбесіди з кожним кандидатом окремо. Конкурсна презентація кандидата повинна містити стратегію роботи Інституту, відповідно до мети та завдань установи, визначених у Статуті; передбачення участі ключових аудиторій у профільних заходах; створення умов для динамічного розвитку відносин між Україною та іноземними державами засобами «м'якої сили»: максимізація можливостей для започаткування партнерства між інституціями України та зарубіжними країнами, співфінансування та реалізації проектів.

За результатами відбору, конкурсна комісія вносить Державному секретареві МЗС пропозицію щодо призначення генерального директора Інституту. З генеральним директором Інституту укладається контракт на три фінансових роки.

Для здійснення нагляду за діяльністю Інституту, визначення пріоритетів його діяльності, управління його майном, додержанням мети діяльності та іншою діяльністю відповідно до Статуту створюється Наглядова рада. Наглядова рада є спеціальним наглядовим органом, що діє на постійній основі з метою забезпечення в Інституті балансу інтересів держави, суспільства та суб'єктів діяльності у сфері культури, дотримання принципів законності, незалежності, об'єктивності, відкритості, прозорості, доступності для громадськості. До Наглядової ради входять відомі українські та/або іноземні громадські та культурні діячі, які мають високі професійні та моральні якості, беззаперечний авторитет в Україні та за кордоном, а також по одному представнику від МЗС, Міністерства культури (за згодою), Міністерства освіти та науки (за згодою) та Міністерства інформаційної політики (за згодою). Персональний склад Наглядової ради затверджується Міністром закордонних справ на підставі пропозицій громадськості та міністерств, представники яких входять до Наглядової ради відповідно до цього Статуту. До складу Наглядової ради входять від 11 до 13 членів. Член Наглядової ради призначається строком на три роки. Одна й та сама особа не може бути призначеною членом Наглядової ради на два строки поспіль. Член Наглядової ради не зараховується до штату Інституту та провадить свою діяльність на безоплатній основі.

Згідно наказу МЗС України від 20 квітня 2018 р. №181 до складу наглядової ради Українського інституту увійшли:

- Боднар Василь, Заступник Міністра закордонних справ України;
- Біденко Артем, Державний секретар Міністерства інформаційної політики України;
- Єрмоленко Володимир, Директор європейських проектів ГО «Інтерньюз-Україна», журналіст Hromadske.ua, філософ, письменник;
- Жадан Сергій, Поет, прозаїк, перекладач, громадський діяч;
- Ковтунець Володимир, Перший заступник Міністра освіти і науки України;
- Козленко Іван, Директор Національного центру Олександра Довженка;
- Млинарич Лілія, Президент фестивалю «Джаз Коктебель»;
- Найчук Антон, Директор Благодійної організації «Благодійний Фонд Громадської Дипломатії»;
- Островська-Люта Олеся, Генеральний директор Національного культурно-мистецького та музейного комплексу «Мистецький Арсенал»;
- Подоляк Ірина, Перший заступник голови Комітету Верховної Ради України з питань культури та духовності;
- Сеїтаблаєв Ахтем, Режисер, актор, директор Державного підприємства «Кримський дім»;

- Троїцький Владислав, Режисер, актор, драматург;
- Фоменко Світлана, Перший заступник Міністра культури України [16].

До повноважень Наглядової ради належать погодження: складеного в установленому порядку фінансового плану Інституту та річного звіту про його виконання; кандидатури на посаду генерального директора Українського інституту; укладення генеральним директором Інституту договорів (контрактів) на суму, що перевищує 100 розмірів мінімальної заробітної плати;

Наглядова рада затверджує основні напрями проектної діяльності Інституту; методики відбору проектів, співорганізатором яких є Інститут; річні плани роботи Інституту та здійснює контроль за виконанням генеральним директором Інституту посадових обов'язків, визначених Статутом та дотриманням ним умов контракту; провадженням фінансово-господарської діяльності Інституту тощо.

18 квітня 2018 року завершився конкурс на посаду генерального директора Українського інституту. Переможцем став Володимир Шейко – фахівець з менеджменту культури, маркетингу і комунікацій, директор мистецьких програм Британської ради в Україні. Загалом участь в конкурсі на посаду директора Українського інституту взяли 33 кандидати.

В рамках конкурсного відбору Володимир Шейко представив концепцію розвитку Інституту [9], в рамках якої визначив головну місію установи – сприяти реалізації зовнішньополітичних завдань України шляхом її комплексного представлення у світі як сучасної, динамічної, креативної європейської держави. Український інститут для досягнення цієї мети має відкривати світові сучасну Україну за допомогою можливостей і потенціалу культури, креативних індустрій, освіти, науки і мови.

На думку генерального директора Українського інституту основними принципами роботи Інституту є відкритість і прозорість програмної і господарської діяльності; двостороння міжнародна взаємодія на противагу односторонній комунікації; підзвітність головному бенефіціару – платнику податків; конкурсний та експертний підхід до відбору контенту; проактивна комунікація з громадськістю; розмаїття, рівні можливості та інклюзивність; консолідація довкола УІ розрізаних інструментів культурної дипломатії; синергія з ключовими інституціями України у сфері культури і креативних індустрій. Володимир Шейко зазначив також, що міжнародна діяльність УІ має бути зрозумілою і близькою закордонній громадськості, котра бере участь у процесі прийняття рішень і формуванні суспільної думки, а отже спроможна сприяти реалізації місії Інституту та бути адвокатом і прихильником України. При цьому Український інститут не працюватиме у традиціоналістській, консервативній, етноцентричній парадигмі культури. На його думку, настав час відмовитись від спрощено-стереотипованих, заідеологізованих, деформованих образів української культури, що досі нерелексивно та інерційно відтворюються як в Україні, так і за її межами. Натомість Інститут ретранслюватиме цінності, голоси і прагнення сучасної української політичної нації, оприявлені й артикульовані Революцією Гідності.

В концепції визначені цільові аудиторії та стейкхолдери в Україні: сектор культури і креативних індустрій: менеджери, керівники інституцій, митці, куратори, продюсери; органи центральної та місцевої влади; медіа; іноземні представництва і культурні центри; представники бізнесу, підприємці і меценат. Також сформульовані цільові аудиторії та стейкхолдери за кордоном: інституції і фахівці у секторі культури і креативних індустрій; ключові міжнародні культурні форуми; політичні еліти; широка громадськість, споживачі культурного продукту; іноземні представництва України; представники бізнесу, підприємці, меценати; інвестори в Україну; медіа; українська діаспора.

Головними інструментами діяльності Українського інституту Володимир Шейко називає презентацію сучасного українського культурного продукту закордонним аудиторіям (гастролі, концерти, літературні читання, фестивалі, виставки, кінопокази, перформанси тощо); мистецькі і фахові обміни, представлення України на міжнародних форумах і професійних майданчиках (конференції, бієнале, резиденції, дослідницькі проекти тощо); міжнародні проекти, які актуалізують та осучаснюють українську історію, національну пам'ять і спадщину засобами культури і мистецтва; дослідницьку, комунікаційну, просвітницьку роботу з атрибуції та долучення до обширу національної культури її закордонних діячів українського походження або з українською ідентичністю; спростування недостовірної та маніпулятивної інформації про українську культуру та спадщину; насичення інформаційного простору контентом, з яким працює Інститут.

Перспективними напрямками роботи у короткостроковій перспективі на перший рік роботи генеральний директор визначив інституціоналізацію установи; формування команди, облаштування офісу; розробку внутрішнього регламенту, політик і процесів; формулювання якісних і кількісних критеріїв діяльності на трирічний період; розробку бренд-буку та веб-сайту; формування комунікаційної функції Інституту в Україні та за кордоном; дослідження сприйняття України серед закордонних аудиторій, опрацювання наявних даних; налагодження і формалізацію співпраці з Представництвом ЄС в Україні та членами EUNIC; широкий діалог з культурним сектором про стратегічні пріоритети; призначення керівників двох закордонних філій; формування експертних груп, які матимуть дорадчу функцію; розробку і запуск перших програм (наприклад, міжнародна мобільність; підтримка гастрольної діяльності); складання плану активностей і формування бюджету на 2019 рік.

Серед середньострокових перспектив на три роки названі наступні:

- розбудова програмної діяльності та розвиток міжнародної мережі;
- постійне оцінювання результатів роботи, щорічне публічне звітування;
- призначення керівників і команд чотирьох закордонних філій;
- впровадження заявлених інструментів діяльності Інституту;
- запуск конкурсного/експертного відбору контенту;
- моніторинг висвітлення України в міжнародному інформаційному просторі, розробка контентної стратегії Інституту;
- ініціювання змін до законодавства для вдосконалення господарської моделі УІ та, у перспективі, створення нової юридичної форми господарювання для закладів культури;
- забезпечення синергії з Українським культурним фондом, Українським інститутом книги, Держкіно, з якими УІ формує єдину екосистему;
- участь у культурних ініціативах і програмах Представництва ЄС в Україні
- запровадження міжнародних дослідницьких програм, що працюють з українською спадщиною;
- диверсифікація джерел фінансування, збільшення частки недержавного фінансування;
- розбудова мережі міжнародних інституційних зв'язків;
- планування і забезпечення присутності України на ключових міжнародних форумах, бієнале, ярмарках; у виставкових і проектних планах закордонних інституцій;
- консолідація розрізнених інструментів культурної дипломатії довкола УІ.

Сайт Українського інституту досить зручний у користуванні, лаконічний, доступний, містить основні розділи: Про Інститут (місія та завдання, команда, наглядова

рада, статутні документи); Новини; Програми (проекти в Україні, міжнародні проекти); Контакти [20].

Генеральним директором була також сформована команда Українського інституту, до якої увійшли: Сергій Устименко (заступник виконавчого директора), Тетяна Філевська (креативна директорка), Ірина Прокоф'єва (керівниця програмного відділу), Олександра Житиневич (менеджерка з комунікацій), Альона Кухар (програмна менеджерка), Олександр Виноградов (програмний менеджер), Наталія Мовшович (програмний менеджер), Альберт Саприкін (програмний координатор), Лариса Назаренко (головна бухгалтерка) тощо.

Бюджет Інституту на 2018 рік становив 20 млн грн. Володимир Шейко зазначив, що цієї суми цілком достатньо для заснування інституції і здійснення перших важливих кроків, але при цьому підкреслив, що бюджет на національному рівні має бути співмірним з бюджетом Українського культурного фонду чи Українського інституту книги. З урахуванням кількості задач, необхідністю створювати та утримувати міжнародні філії, на думку Володимира Шейка, бюджет Українського інституту має складати 200-300 млн грн. на рік в перші ж роки існування інституції [13].

Основні завдання Український інститут реалізовуватиме через мережу своїх міжнародних філій, перші з яких, за словами Міністра закордонних справ України Павла Клімкіна, будуть відкриті у Франції, Німеччині, Італії, Польщі. Також Український інститут налагодить активну співпрацю з аналогами інституту, які працюють у Нью-Йорку, Лондоні та Стокгольмі й були відкриті зусиллями місцевих дипломатичних та громадських осередків.

Щодо другої характерної ознаки публічної дипломатії країн Центральної та Східної Європи, варто зазначити, що протягом існування України спроби розробити національний бренд були ситуативними та досить швидко завершувались та забувались. Таким чином, протягом 27 років в Україні взагалі не було бренду. І так, з метою популяризації України у світі, сприяння інтеграції до світового інформаційного простору, підвищення рівня загальної обізнаності міжнародної спільноти про Україну та її окремі регіони Кабінет Міністрів України своєю постановою від 10 травня 2018 року №416 затвердив бренду України [4].

ФОРМА знака (бренда) України



UkraineNow – це найбільш масштабна міжнародна маркетингова кампанія українського уряду, яка стартувала в 2018 році. Її ціль – сформувати бренд України у світі, залучити в країну інвестиції та покращити туристичний потенціал. У підготовці до кампанії взяли участь 27 експертів комісії з питань популяризації України у світі. З їхньою допомогою агентством «banda.agency» було зібрано максимальну кількість даних і матеріалів, щоб створити бренд, покликаний продемонструвати привабливість України для туризму, культурної взаємодії та бізнесу.

За підтримки британського уряду було проведено дослідження, як сприймають Україну за кордоном. За його результатами виявилось, що три найпопулярніші асоціації

з Україною – це «корупція», «революція» та «бойові дії». Люди, які не були в Україні жодного разу, бачать українців закритими, агресивними та нетолерантними. Цей образ сформовано здебільше з того, що вони бачать і чують у новинах. З такою репутацією важко привабити в країну інвестиції та туристів. Але ті, хто був в Україні хоч раз, змінюють свою думку і відзначають гостинність українців, чудові краєвиди, культуру та архітектуру [24].

Новий бренд покликаний продемонструвати Україну як відкриту сучасну країну, де відбувається все найцікавіше саме зараз. «Зараз» – це найважливіше слово для України сьогодні. Сучасні українці – вони про «зараз». Вони не чекають, не бояться. Вони діють та створюють саме зараз нові компанії, нові прогресивні бізнеси, нові кафе, ресторани, фестивалі, нові заводи, нові креативні академії та інноваційні технопарки. UkraineNOW створений, щоб показати сучасних українців і запросити до України подібних активних і рішучих людей з усього світу [10].

Новий бренд України покликаний привернути увагу сучасних людей зі всього світу, туристів та інвесторів. За даними досліджень саме категорія «NOW» дуже приваблює іноземців. На ньому і ґрунтується нова кампанія та ідея брендингу.

Новий брендинг України – динамічний, відкритий і позитивний. Логотип вийшов саме таким, тому що його творці хотіли ніби «підкреслити» жовтим маркером головне слово повідомлення – NOW. А синій елемент за формою нагадує сповіщення, які можна побачити в соцмережах. Мінімалізм логотипу робить його легким у використанні. Він побудований з базових геометричних форм. Це дає змогу забрендувати що завгодно – прості елементи стилю «проникають» у будь-який предмет.

Бренд UkraineNow, за задумом розробників – це символ чогось нового, того що привертає увагу. А Україна зараз дійсно варта уваги. Тому головна теза нового бренду України: «Зараз – це найкращий час, щоб подорожувати, інвестувати або «приїхати» з власним бізнесом в Україну».

Щодо питання декомунізації, то Україна звернулася до цього питання тільки після Революції Гідності. 9 квітня 2015 року Президент України Петро Порошенко підписав прийнятий Верховною Радою України закон про засудження комуністичного та націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарних режимів в Україні та заборону пропаганди їхньої символіки [15].

Згідно Статті 2 цього Закону комуністичний тоталітарний режим 1917 – 1991 років в Україні та націонал-соціалістичний (нацистський) тоталітарний режим визнаються злочинними і такими, що здійснювали політику державного терору, яка характеризувалася численними порушеннями прав людини у формі індивідуальних та масових вбивств, страт, смертей, депортацій, катувань, використання примусової праці та інших форм масового фізичного терору, переслідувань з етнічних, національних, релігійних, політичних, класових, соціальних та інших мотивів, заподіянням моральних і фізичних страждань під час застосування психіатричних заходів у політичних цілях, порушенням свободи совісті, думки, вираження поглядів, свободи преси та відсутністю політичного плюралізму, та у зв'язку з цим засуджуються як несумісні з основоположними правами і свободами людини і громадянина.

Згідно Статті 3 закону пропаганда комуністичного та/або націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарних режимів та їхньої символіки визнається наругою над пам'яттю мільйонів жертв комуністичного тоталітарного режиму, націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарного режиму та заборонена законом.

Стаття 4 Закону забороняє використання та пропаганду символіки комуністичного та націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарних режимів.

Після прийняття цього закону в Україні почалась масова компанія з перейменування вулиць, районів, міст, зміни найменувань установ, прибирання пам'ятників радянських лідерів тощо.

Наслідуючи приклад країн Центральної та Східної Європи, Україна структурує свою публічну дипломатію. Так, в Міністерстві закордонних справ України у грудні 2015 року було створене Управління публічної дипломатії. Три основних завдання Управління: розвиток відносин з громадськістю, громадськими об'єднаннями та медіа інших країн та України; реалізація іміджевих, культурних та інформаційних проєктів України за кордоном; координація заходів інших органів виконавчої влади у цих сферах. До компетенції Управління відносяться зв'язки з медіа, в тому числі з онлайн-платформами, культурна дипломатія та реалізація іміджевих проєктів. Створення Управління публічної дипломатії, за словами Міністра закордонних справ України Павла Клімкіна, означає впровадження в системі Міністерства публічної дипломатії як нового механізму популяризації України у світі та взаємодії з громадськістю, з огляду на це МЗС буде з урахуванням вже набутого досвіду спільно з іншими органами влади та народною дипломатією ще активніше розказувати світові про Україну. Управління публічної дипломатії було утворене в рамках масштабної реформи дипломатичної служби. Також варто зазначити, що концепція публічної дипломатії вперше була впроваджена в роботу зовнішньополітичного відомства України. При цьому передбачається, що співробітники Управління застосовуватимуть найкращі міжнародні практики публічної дипломатії. Управління очолює Анатолій Соловей, кар'єрний дипломат, який працює в МЗС України з 1999 року, працював у посольствах України в Бельгії та Великій Британії [22].

В контексті публічної дипломатії, надзвичайно популярним в регіоні та Україні зокрема є музичний конкурс Євробачення. Не зважаючи на те, що країни Центральної та Східної Європи беруть участь у Євробаченні тільки з 1991 року, вони досить часто стають переможцями цього змагання (2002 рік – Естонія, 2003 рік – Латвія, 2005 рік – Україна, 2008 рік – Сербія, 2017 рік – Україна) та здобувають право організувати проведення наступного конкурсу у своїх країнах, використовуючи цю подію для просування свого національного бренду, популяризації своїх туристичних напрямів, історії, культури, мови тощо. Варто зазначити, що проведення заходів такого роду є надзвичайно ефективним засобом публічної дипломатії.

Ще одним важливим інструментом управління репутацією для країн регіону є проведення міжнародних спортивних заходів. Так, Польща і Україна приймали європейський футбольний чемпіонат в 2012 році, що позитивно позначилось на іміджі обох країн.

У грудні 2018 року вперше Міністерством закордонних справ України був опублікований звіт щодо основних результатів діяльності публічної дипломатії МЗС у 2017-2018 роках [11].

У звіті зазначається, що у 2017-2018 рр. був закладений фундамент для розвитку важливої складової м'якої сили України – публічної дипломатії МЗС, що мала б з'явитися ще чверть століття тому. Сьогодні цей потужний інструмент нарешті створений, запрацював і на постійній основі дає якісний результат там, де є українська дипломатична присутність. Акцентується увага на тому, що для цього було створено всі необхідні структури та передумови: Управління публічної дипломатії МЗС, Український інститут, нормативно-правову базу та забезпечено фінансовий ресурс. Так, у 2018 році у рамках публічної дипломатії МЗС реалізовано 197 іміджевих проєктів. На 2019 рік заплановано 240.

Автори звіту зауважують, що важливим інструментом системної презентації України за кордоном має стати новостворений Український інститут. Для цього у 2017-

2018 рр. було розроблено статут, проведено конкурс та призначено генерального директора Українського інституту Перші закордонні відділення Інституту мають запрацювати у Берліні, Парижі, Варшаві та Римі. Першим масштабним тестовим завданням установи стане проведення року української культури в Австрії у 2019 році.

В рамках публічної дипломатії України, як зазначено в аналітичному звіті, успішно реалізований у 2018 році флагманський проект – світове турне фільму «Кіборги» про героїчних захисників Донецького аеропорту. Покази «Кіборгів» протягом року відбулися у 30 країнах Європи та Америки. Кожен показ супроводжувався дискусією за участю творців фільму, українських та іноземних політиків, дипломатів, українських бійців-учасників тих подій. Українське МЗС зауважує, що в РФ серйозно занепокоєні реакцією міжнародної спільноти на покази «Кіборгів» та вважає це найкращим знаком якості роботи МЗС. Окремо у звіті зауважується, що співпраця МЗС з вітчизняною кіноіндустрією є повноправною історією успіху. За активного сприяння та підтримки МЗС проходить Український івент у Каннах, представлення українського кінопродукту на фестивалях Берлінале, TIFF, Let's CEE Film Festival, Durban Film Festival, оскарівської кампанію українських стрічок та участь в анімаційному MifaMarket у французькому Аннесі. Проведення українськими дипломатами днів українського кіно в Австралії, Австрії, Бельгії, Нідерландах, Литві, Чехії та інших країнах і культурних столицях вже стало щорічною традицією. В рамках розвитку публічної дипломатії України планується й надалі надавати українському художньому, документальному та анімаційному кіно всебічної підтримки.

У звіті зазначено, що не менш важливим є також практичне сприяння українському книговидавництву у відкритті нових перспективних майданчиків. Вже традиційною стала участь України у Франкфуртському ярмарку, Buch Wien, книжкових ярмарках у Варшаві, Белграді, Празі, Бейруті, Кувейті та Абу-Дабі. Лише у 2018 році було відкрито для української літератури всесвітньо відомий паризький Salon du Livre та книжковий ярмарок у Буенос-Айресі. У планах МЗС допомагати участі українських видавців у провідних міжнародних книжкових ярмарках.

У звіті особливо зауважується, що однією з справжніх перемог публічної дипломатії України стало започаткування експертної дипломатії, в рамках якої МЗС має змогу забезпечити участь експерта-неурядовця, громадського діяча або митця там, де це потрібно Україні. У 2018 році реалізовано близько 60 таких поїздок. Першими успішними прикладами цієї роботи є візити кримськотатарських лідерів та родичів українських політв'язнів Є.Панова та П.Гриба до Лондона, В.Жемчугова до США. Відбулися поїздки за участю С.Жадана, А.Куркова, О.Забужко, Ю.Андруховича, Т.Прохаська, О.Ірванця, велопробіг «Чумацький шлях в Америку». Успішно триває спільний проект з Громадською радою при МЗС та центром «Українська призма» щодо започаткування мережі експертних форумів із країнами-сусідами.

У звіті звертається увага на те, що МЗС активно використовує потужний інструментарій культурної дипломатії, в рамках якої МЗС надало сприяння виступам Дах Дотерс, Онуки, оркестрів Львівської (INSO) та Київської філармоній, Національної опери, Національного театру оперети, «Київських солістів», Симфонічного оркестру українського радіо та багатьом іншим. Фестиваль «МЗС Open Air» став традицією і культурною візитівкою МЗС. Міністерством було надано підтримку участі українських митців у міжнародних фестивалях Burning Man, DonauInselFest, Paris l'Eté, Week-end à l'Est-Paris, Vienna Fashion Week, Eindhoven Design Week, Le Printemps des poète. Виставкам сучасного українського мистецтва: Відень, Чикаго, Страсбург, Тбілісі, Будапешт, Берлін. Успішному року мов в Україні та Німеччині-2018, підготовці року української культури в Австрії-2019.

Одним з пріоритетів публічної дипломатії України, як зауважується у звіті, була дипломатія соціальних мереж, головною метою якої є інформаційне забезпечення реалізації пріоритетів зовнішньої політики України, протидія російській пропаганді та промоція позитивного іміджу України за кордоном. У 2017-2018 роках МЗС були успішно проведені інформаційні кампанії: до Євробачення-2017, Лондонської конференції реформ, до чемпіонату «FIFA 2018», #CorrectUA (щодо транслітерації українських топонімів), кампанії на підтримку українських військовополонених, деокупації Криму #CrimealsBleeding, запровадження безвізового режиму з ЄС тощо. Загальне охоплення проведених МЗС кампаній становить близько 14 млн. іноземців.

Таким чином, варто зазначити, що українська модель публічної дипломатії, побудована з урахуванням досвіду посткомуністичних країн Центральної та Східної Європи. Користуючись цим досвідом, Україна створила Український інститут, покликаний пропагувати українську мову, історію, культуру в світі; рішенням українського уряду вперше за роки незалежності був затверджений бренд України (UkraineNow); після Революції Гідності, як і в пострадянських країнах Центральної та Східної Європи, після прийняття Закону України «Про засудження комуністичного та націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарних режимів в Україні та заборону пропаганди їхньої символіки» активно розпочалася боротьба із комуністичним минулим; в структурі українського МЗС було створене Управління публічної дипломатії з метою активізації використання найкращих практик публічної дипломатії світу в інтересах України.

Список використаної літератури

1. Вишеградська група. URL: <http://www.visegradgroup.eu>. ; Vyshehradaska hrupa. URL: <http://www.visegradgroup.eu>.
2. Гуцал С. А. (2010) Публічна дипломатія як сучасний пріоритет зовнішньої політики держави // Стратегічні пріоритети. 2010. № 3 (16). С. 106 – 113 ; Hutsal S. A. (2010) Publichna dyplomatiia yak suchasnyi priorytet zovnishnoi polityky derzhavy // Stratehichni priorytety. 2010. № 3 (16). S. 106 – 113.
3. Демидов О. От права на доступ к сетевому разуму. URL: http://russiancouncil.ru/inner/?id_4=1618#top ; Demydov O. Ot prava na dostup k setevomu razumu. URL: http://russiancouncil.ru/inner/?id_4=1618#top
4. Деякі питання форми знака (бренда) України: Постанова Кабінету Міністрів України від 10 травня 2018 року №416. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/416-2018-%D0%BF/conv> ; Деякі питання форми знака (бренда) України: Постанова Кабінету Міністрів України від 10 травня 2018 року №416. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/416-2018-%D0%BF/conv>
5. Долинский А. Публичная дипломатия для бизнеса, НКО и университетов. URL: http://russiancouncil.ru/inner/?id_4=791#top; Dolinskiy A. Publichnaya diplomatiya dlya biznesa, NKO i universitetov. URL: http://russiancouncil.ru/inner/?id_4=791#top
6. Долинский А. Что такое общественная дипломатия и зачем она нужна России? URL: http://russiancouncil.ru/inner/?id_4=791#top ; Dolinskiy A. Chto takoe obshchestvennaya diplomatiya i zachem ona nuzhna Rossii? URL: http://russiancouncil.ru/inner/?id_4=791#top
7. Зонова Т. Дипломатия будущего. URL: http://russiancouncil.ru/inner/?id_4=334#top ; Zonova T. Diplomatiya budushchego. URL: http://russiancouncil.ru/inner/?id_4=334#top
8. Зонова Т. Публичная дипломатия и ее акторы. URL: http://russiancouncil.ru/inner/?id_4=681#top ; Zonova T. Publichnaya diplomatiya i ee aktory. URL: http://russiancouncil.ru/inner/?id_4=681#top

9. Концепція розвитку Українського інституту. Конкурсна концепція розвитку Українського інституту на 3 роки (Володимир Шейко). URL: https://drive.google.com/file/d/1tXXAucax-6kXPPXTVGCQ-ECYRHEbg0_t/view. ; Kontseptsiia rozvytku Ukrainskoho instytutu. Konkursna kontseptsiia rozvytku Ukrainskoho instytutu na 3 roky (Volodymyr Sheiko). URL: https://drive.google.com/file/d/1tXXAucax-6kXPPXTVGCQ-ECYRHEbg0_t/view.

10. Основні принципи роботи з брендом UkraineNow: брендбук. URL: <http://mip.gov.ua/files/UkraineNOW-brandbook.pdf>. ; Osnovni pryntsyry roboty z brendom UkraineNow: brendbuk. URL: <http://mip.gov.ua/files/UkraineNOW-brandbook.pdf>.

11. Основні результати діяльності публічної дипломатії МЗС у 2017-2018. URL: <https://mfa.gov.ua/mediafiles/files/misc/2018-12-21/PD2017-2018.pdf>. ; Основні результати діяльності публічної дипломатії МЗС у 2017-2018. URL: <https://mfa.gov.ua/mediafiles/files/misc/2018-12-21/PD2017-2018.pdf>.

12. Питання діяльності державної установи «Український інститут»: Наказ Міністерства закордонних справ України від 15 лютого 2018 року №82. URL: https://mfa.gov.ua/mediafiles/files/misc/2018-02-15/2018-02-15_nakaz82.pdf. ; Pytannia diialnosti derzhavnoi ustanovy «Ukrainskyi instytut»: Nakaz Ministerstva zakordonnykh sprav Ukrainy vid 15 liutoho 2018 roku №82. URL: https://mfa.gov.ua/mediafiles/files/misc/2018-02-15/2018-02-15_nakaz82.pdf.

13. Платонова А. Володимир Шейко: «Український інститут представлятиме інтереси і цінності сучасної української політичної нації». LB.ua. 2018. URL: https://lb.ua/culture/2018/06/13/400222_volodimir_sheyko_ukrainskiy.html ; Platonova A. Volodymyr Sheiko: «Ukrainskyi instytut predstavliatyme interesy i tsinnosti suchasnoi ukrainskoi politychnoi natsii». LB.ua. 2018. URL: https://lb.ua/culture/2018/06/13/400222_volodimir_sheyko_ukrainskiy.html

14. Про Експертну комісію державної установи «Український інститут»: Наказ Міністерства закордонних справ України від 17 січня 2018 року №21. URL: https://mfa.gov.ua/mediafiles/files/misc/2018-01-17/2018-01-23_n21_experts.pdf ; Про Експертну комісію державної установи «Український інститут»: Наказ Міністерства закордонних справ України від 17 січня 2018 року №21. URL: https://mfa.gov.ua/mediafiles/files/misc/2018-01-17/2018-01-23_n21_experts.pdf

15. Про засудження комуністичного та націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарних режимів в Україні та заборону пропаганди їхньої символіки: Закон України від 9 квітня 2015 року № 317-VIII. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/317-19> ; Про засудження комуністичного та націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарних режимів в Україні та заборону пропаганди їхньої символіки: Закон України від 9 квітня 2015 року № 317-VIII. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/317-19>

16. Про Наглядову раду державної установи «Український інститут»: Наказ Міністерства закордонних справ України від 20 квітня 2018 року №181. URL: https://mfa.gov.ua/mediafiles/files/misc/2018-04-20/2018-04-20_nakaz181.pdf ; Pro Nahliadovu radu derzhavnoi ustanovy «Ukrainskyi instytut»: Nakaz Ministerstva zakordonnykh sprav Ukrainy vid 20 kvitnia 2018 roku №181. URL: https://mfa.gov.ua/mediafiles/files/misc/2018-04-20/2018-04-20_nakaz181.pdf

17. Про утворення державної установи “Український інститут”: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 21 червня 2017 р. № 430-р. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/430-2017-%D1%80> ; Pro utvorennia derzhavnoi ustanovy “Ukrainskyi instytut”: Rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukraini vid 21 chervnia 2017 r. № 430-r. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/430-2017-%D1%80>

18. Статут державної установи «Український інститут» (нова редакція): Наказ Міністерства закордонних справ України від 28 лютого 2018 року №103. URL: https://mfa.gov.ua/mediafiles/files/misc/2018-03-01/2018-03-01_nakaz103.pdf ; Statut derzhavnoi ustanovy «Ukrainskyi instytut» (nova redaktsiia): Nakaz Ministerstva zakordonnykh sprav Ukrainy vid 28 liutoho 2018 roku №103. URL: https://mfa.gov.ua/mediafiles/files/misc/2018-03-01/2018-03-01_nakaz103.pdf

19. Трофименко М. В., Балабанов К.В. (2013) Дипломатична та консульська служба: підручник для студентів ВНЗ. Донецьк: Вид-во «Ноулідж» (донецьке відділення), 2013. – 432 с. ; Trofymenko M. V., Balabanov K.V. (2013) Dyplomatychna ta konsulska sluzhba: pidruchnyk dlia studentiv VNZ. Donetsk: Vyd-vo «Noulidzh» (donetske viddilennia), 2013. – 432 s.

20. Український інститут. URL: <http://ui.org.ua/> ; Ukrainskyi instytut. URL: <http://ui.org.ua/>

21. Умови проведення конкурсу на посаду генерального директора державної установи «Український інститут». URL: <https://mfa.gov.ua/ua/page/open/id/5213> ; Умови проведення конкурсу на посаду генерального директора державної установи «Український інститут». URL: <https://mfa.gov.ua/ua/page/open/id/5213>

22. Управління публічної дипломатії Міністерства закордонних справ України. URL: <https://mfa.gov.ua/ua/about-mfa/structure/staff> ; Upravlinnia publichnoi dyplomatii Ministerstva zakordonnykh sprav Ukrainy. URL: <https://mfa.gov.ua/ua/about-mfa/structure/staff>

23. Adam Mickiewicz Institute. URL: <https://iam.pl/en>.

24. Banda.agency: рекламне агенство. URL: <http://banda.agency/>.

25. Cull N. J. (2009) Public Diplomacy: Lessons from the Past // Los Angeles: Figueroa Press, 2009. 61 p.

26. Cull N. J. 'Public Diplomacy' Before Gullion: The Evolution of a Phrase. URL: <http://uscpublicdiplomacy.org/pdfs/gullion.pdf>.

27. Czech Centres. URL: <http://www.czechcentres.cz/en/>.

28. Department of Public and Cultural Diplomacy of the Ministry of Foreign Affairs of the Republic of Poland. URL: http://www.msz.gov.pl/en/ministry/organisation/organisational_units_/department_of_public_and_cultural_diplomacy.

29. Estonian Institute. URL: <https://estinst.ee/en/>.

30. Latvian Institute. URL: <http://www.latvia.eu/latvian-institute>.

31. Place Branding and Public Diplomacy. URL: <http://www.palgrave.com/gp/journal/41254>.

32. Routledge Handbook of Public Diplomacy (2009) / [Nancy Snow, Philip M. Taylor, Nicholas J. Cull, Michael Vlahos and others]; edited by Philip M. Taylor. New York: Routledge, 2009. 382 p.

33. Szondi, G. (2009) Central and Eastern European Public Diplomacy // Routledge Handbook of Public Diplomacy. New York: Routledge, 2009. P. 292–313.

Стаття надійшла до редакції 01.10.2018 р.

M. Trofymenko

PUBLIC DIPLOMACY OF UKRAINE INSTITUTIONALIZATION

The article analyzes the application of experience of Central and Eastern Europe Postcommunist countries in establishment of a public diplomacy model of Ukraine. It argues that under current conditions public diplomacy provides favorable perception of the country by the world community as well as encourages its support on the international arena on the part of other countries facilitating national security. In this regard, in the midst of “Ukrainian

crisis” the Ukrainian public diplomacy gained traction. Under its execution Ukraine makes use of European Postcommunist countries experience due to common policy implementation challenges. In addition, following their suit the Ukrainian public diplomacy model encompasses establishment of national institution to cope with certain issues, namely: language promotion, history, culture of a country, development of a national brand in order to attract tourists as well as foreign investments, fending off negative information influence on the part of the Russian Federation, etc. It specifies that public diplomacy model of Ukraine is built inclusive of Central and Eastern Europe Postcommunist countries experience. Bearing in mind this experience, Ukraine came up with the Ukrainian Institute designated to advocate and spread Ukrainian language, history, culture around the world. For the first time since acquiring independence, The Ukrainian government has approved of Ukrainian brand (UkraineNow). Following the 2014 Revolution, as in Central and Eastern Europe Postcommunist countries, upon the adoption of the Law of Ukraine on "The condemnation of the communist and national socialist (Nazi) regimes, and prohibition of propaganda of their symbols", the communist past has been actively combated. Besides, the Public Diplomacy Center was established within Ministry of foreign affairs of Ukraine in order to implement the best world public diplomacy practices in the interests of Ukraine.

Key words: public diplomacy, Central and Eastern Europe, cultural diplomacy, branding, Ukrainian Institute.

УДК 327.7:314.15

М.В. Фесенко

РОЛЬ ВИШЕГРАДСЬКОЇ ГРУПИ У ВИРШЕННІ МІГРАЦІЙНИХ ВИКЛИКІВ ЄС

У статті проаналізовані сучасні виклики ЄС у сфері міграційної політики та роль Вишеградської групи у подоланні загальноєвропейської міграційної кризи. Доведено, що міграційна криза в ЄС підштовхнула Вишеградську групу до посилення взаємодії в рамках свого субрегіонального інтеграційного угруповання і відстоювання своїх позицій на загальноєвропейському рівні, що практично позбавлене шансів на успіх в разі дій поодиночі. Вишеградська група стала тим форматом, де кожна з країн-учасниць могла вирішити свої міграційні завдання.

Ключові слова: Вишеградська група, ЄС, Польща, Угорщина, Чехія, Словаччина, міграція, міграційні проблеми, Європейська комісія, Рада ЄС.

Сучасна міграційна криза є найбільшою з часів Другої світової війни. Процес пошуку людьми безпечних умов для життя в останні роки в ряді регіонів планети йде по наростаючій. Міграційні виклики, що стоять перед ЄС, загострили внутрішні протиріччя об'єднання. Вишеградська група та її фактично загальна політика щодо біженців є відображенням частини сучасних процесів в рамках ЄС.

Позиція країн Вишеградської групи, що останнім часом консолідовано виступають проти рішень Брюсселя привертає все більше уваги на тлі сучасної кризи ЄС. Сьогодні часто можна почути, що «опозиційна» Вишеградська група рішенням ЄС з таких питань, як квоти на прийом біженців, або відстоювання власних уявлень про національне законодавство, матимуть набагато глибші наслідки як для самих країн, так і для ЄС, ніж ті, яких реально варто очікувати. Нинішній конфлікт не перший в історії взаємин