

МАРІУПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ (УКРАЇНА)
ПОЗНАНСЬКИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ (РЕСПУБЛІКА ПОЛЬЩА)
ТБІЛІСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНЕ ДЖАВАХІШВІЛІ (ГРУЗІЯ)
КАГУЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ Б.П. ХАЗДЕУ
(РЕСПУБЛІКА МОЛДОВА)
КОМРАТСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ (РЕСПУБЛІКА МОЛДОВА)
ГОСПОДАРСЬКА АКАДЕМІЯ ІМЕНІ Д.А. ЦЕНОВА, м. СВІШТОФ (БОЛГАРІЯ)
ДЕПАРТАМЕНТ З ПИТАНЬ ЕКОНОМІКИ МАРІУПОЛЬСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ
ВІДДІЛЕННЯ У м. МАРІУПОЛЬ ДОНЕЦЬКОЇ ТОРГОВО-ПРОМИСЛОВОЇ ПАЛАТИ

ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕГРАЦІЇ КРАЇН У СВІТОВИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ ТА ПОЛІТИКО-ПРАВОВИЙ ПРОСТІР

МАТЕРІАЛИ

V Міжнародної науково-практичної конференції

07 грудня 2018 р.

*Рекомендовано до друку
Вченою радою економіко-
правового факультету
Маріупольського державного
університету
(протокол № 5 від 21.11.2018 р.)*

Маріуполь, 2018

УДК 339.922 (063)

ББК 65.54я431

Особливості інтеграції країн в світовий економічний та політико-правовий простір: Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції, 07 грудня 2018 р.— Укл.: Марена Т.В., Беззубченко О.А., Мітюшкіна Х.С., Захарова О.В., Ніколенко Т.І., Балабанова Н.В., Омельченко Г.П. За заг. редакцією д.е.н., проф. Булатової О.В., д.е.н., проф. Чентукова Ю.І. — Маріуполь: МДУ, 2018. — 160 с.

Конференція присвячена проблемам активізації процесу інтеграції країн у світовий економічний та політико-правовий простір. В роботі конференції приймають участь науковці, викладачі, фахівці-практики, аспіранти, студенти.

Основні напрями роботи конференції:

- Розвиток інтеграційних процесів в умовах глобального середовища: політико-правовий аспект;
- Розвиток міжрегіональної взаємодії та транскордонного співробітництва в умовах інтеграційних пріоритетів;
- Особливості розвитку зовнішньоекономічних та політичних відносин країн в умовах глобалізації;
- Розвиток міжнародних фінансово-кредитних та валютних відносин в умовах глобалізації та участь країн на світовому фінансовому ринку;
- Інноваційно-інвестиційна діяльність країн у світових координатах розвитку;
- Проблеми міжгалузевої співпраці в умовах глобалізації;
- Забезпечення конкурентоспроможності галузей та регіонів національної економіки;
- Проблеми забезпечення сталого розвитку країн в контексті сучасних світових процесів.

Організаційний комітет конференції ставить перед собою такі задачі:

1. обмін практичними і теоретичними напрацюваннями учасників конференції у сфері вивчення особливостей інтеграції країн у систему світогосподарських зв'язків;
2. розробка напрямів розвитку міжнародних економічних відносин країн світу.

©Автори текстів, 2018 р.
© МДУ, 2018 р.

ТРОФИМЕНКО М. В.,
к. політ. н., професор кафедри
міжнародних відносин та зовнішньої політики
проректор з науково-педагогічної роботи
(міжнародні зв'язки)
Маріупольський державний університет
(Україна)

ПУБЛІЧНА ДИПЛОМАТІЯ УКРАЇНИ

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 Балто-Чорноморського регіону.

Отже, основними складовими національних моделей публічної дипломатії посткомуністичних країн Балто-Чорноморського регіону, 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 дуже 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 Балто-Чорноморського регіону 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 Балто-Чорноморського регіону та Україною не випадково при формуванні української публічної дипломатії враховується досвід саме цих країн.

За прикладом Литви, Латвії, Естонії, Польщі тощо в Україні за пропозицією Міністерства закордонних справ України розпорядженням Уряду була утворена державна установа «Український інститут» [1]. 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.

Згідно Статуту Українського інституту метою його діяльності є покращення розуміння та сприйняття України та українців у світі, формування позитивного іміджу нашої держави за кордоном [2].

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.

Функціями 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 Млинач, Президент фестивалю «Джаз Коктебель»
- Віра Балдинюк, Головний редактор інтернет-журналу «Когусіог», журналіст [3].

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, організують 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
- Сінькевич 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 [4].

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 [5].

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 пріоритетизації 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

З 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 проєктів 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 [6].

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 проєктної діяльності Інституту; методики відбору проєктів, 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.

Щодо другої характерної ознаки публічної дипломатії країн Балто-Чорноморського регіону, 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 бренда України [7].

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 бували 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 [8].

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 [9].

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».

Таким чином, варто зазначити, що українська модель публічної дипломатії, побудована з урахуванням досвіду посткомуністичних країн Балто-Чорноморського регіону. 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 Балто-Чорноморського регіону, 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.

Література:

1. Вишеградська група. URL: <http://www.visegradgroup.eu>.
2. 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>.
3. Основні принципи роботи з брендом UkraineNow: брендбук. URL: <http://mip.gov.ua/files/UkraineNOW-brandbook.pdf>.
4. 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.
5. 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.
6. 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>.
7. 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.
8. 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>.
9. 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.
10. Трофименко М. В., Балабанов К.В. (2013) Дипломатична та консульська служба: підручник для студентів ВНЗ. Донецьк: Вид-во «Ноулідж» (донецьке відділення), 2013. 432 с.

11. Умови проведення конкурсу на посаду генерального директора державної установи «Український інститут». URL: <https://mfa.gov.ua/ua/page/open/id/5213>.
12. Управління публічної дипломатії Міністерства закордонних справ України. URL: <https://mfa.gov.ua/ua/about-mfa/structure/staff>.
13. Adam Mickiewicz Institute. URL: <https://iam.pl/en>.
14. Banda.agency: рекламне агенство. URL: <http://banda.agency/>.
15. Czech Centres. URL: <http://www.czechcentres.cz/en/>.
16. 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.
17. Estonian Institute. URL: <https://estinst.ee/en/>.
18. Latvian Institute. URL: <http://www.latvia.eu/latvian-institute>.
19. Place Branding and Public Diplomacy. URL: <http://www.palgrave.com/gp/journal/41254>.
20. 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.
21. Szondi, G. (2009) Central and Eastern European Public Diplomacy // Routledge Handbook of Public Diplomacy. New York: Routledge, 2009. P. 292–313.