

Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Києво-Могилянська академія»
Факультет правничих наук
Києво-Могилянська школа врядування імені Андрія Мелешевича

Магістерська робота
освітній ступінь – магістр

на тему: **ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВИЙ МЕХАНІЗМ РЕАЛІЗАЦІЇ
ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ УКРАЇНИ**

Виконала студентка 2-го року
навчання, спеціальність 281
Суспільна політика і врядування

Кудіна Аліна Петрівна

Керівник: Малиш Н.А.,
доктор наук з державного
управління, професор.

Рецензент:

Магістерська робота захищена

З оцінкою _____

Секретар _____

«_____» _____ 2022 р.

**Декларація
академічної доброчесності
студента НаУКМА**

Я, Кудіна Аліна Петрівна, студентка 2021-2022 року навчання факультету правничих наук, спеціальність 281. Суспільна політика і врядування, адреса електронної пошти alina.kudina@ukma.edu.ua

- Підтверджую, що написана мною кваліфікаційна (випускова) робота на тему «Організаційно-правовий механізм реалізації державної політики культурної дипломатії України» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, передбачених п. 1.3 Тимчасового положення про порядок перевірки письмових робіт студентів НаУКМА на відповідність вимогам академічної доброчесності, зі змістом якого ознайомена;

- Заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;

- Згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою інтернет-системи StrikePlagiarism.com, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи*.

Дата

Підпис

Прізвище, ініціали

* під перевіркою за допомогою інтернет-системи StrikePlagiarism.com розуміється порівняння змісту роботи переданої на перевірку для виявлення порушень, формування звіту подібності та зберігання роботи у базі даних для порівняння цієї та майбутніх робіт.

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ.....	4
ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ	7
1.1. Культурна дипломатія як один з напрямів публічної дипломатії та політики «м’якої сили»	7
1.2. Місце культурної дипломатії у зовнішній та внутрішній державній політиці.....	15
1.3. Світовий досвід реалізації державної політики культурної дипломатії..	20
Висновки до розділу 1	25
РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВИЙ МЕХАНІЗМ РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ	26
2.1. Законодавча та інституційна база реалізації чинної політики	26
2.2. М’яка сила і культурна дипломатія України під час російсько- української війни 2014-2022 рр.	33
Висновки до розділу 2	43
РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ УКРАЇНИ.....	44
3.1. Аналітична записка «Як реалізувати державну політику культурної дипломатії України»	44
3.2. Формулювання варіантів політики.....	52
3.3. Реалізація рекомендованого варіанта політики.	58
3.4. Практичні рекомендації.....	62
Висновки до розділу 3	75
ВИСНОВКИ.....	76
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	79
ДОДАТКИ.....	86

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

ЗДУ	Закордонні дипломатичні установи України
ЗМІ	Засоби масової інформації
ВВП	Валовий внутрішній продукт
ГО	Громадська організація
ЄС	Європейський союз
МЗС	Міністерство закордонних справ України
Нацкомцінностей	Національна комісія з питань розшуку і повернення в Україну культурних цінностей при Кабінеті Міністрів України
РНБО	Рада національної безпеки і оборони України
УІ	Український інститут
JETRO	Japan External Trade Organization
JICA	Japan International Cooperation Agency

ВСТУП

Актуальність дослідження.

За 30 років існування незалежної України не було розроблено концепції «м'якої сили». Не було концепції розвитку культурної дипломатії, не було виділено комунікаційної стратегії та адресатів меседжів. Відсутня сталість у розвитку культурної дипломатії. Тим не менш, у зв'язку з повномасштабним вторгненням росії в Україну, «м'яка сила» України доказує свою ефективність та вади «жорсткої сили», яку представляє росія.

Наразі в окремих країнах проводяться baseline дослідження стосовно обізнаності іноземців про Україну. Таким чином, базуючись на цих даних і міжнародному досвіді, ця робота досліджує організаційно-правовий механізм та функції культурної дипломатії.

Мета і завдання дослідження.

Мета роботи полягає в теоретичному дослідженні організаційно-правового механізму культурної дипломатії.

Визначення головної мети дослідження зумовило необхідність розв'язання таких *завдань*:

- дослідити підходи до визначення ключових понять: культурна дипломатія, «м'яка сила», «жорстка сила», народна дипломатія тощо;
- узагальнити зарубіжний досвід організаційно-правового механізму реалізації державної політики культурної дипломатії;
- проаналізувати процес зміцнення м'якої сили України під час російсько-української війни 2014-2022 рр.;
- розглянути інструменти та уточнити функції державної політики культурної дипломатії;
- запропонувати класифікацію споживачів культурної дипломатії;
- дослідити роль громадськості у державній політиці культурної дипломатії України;

– підготувати Аналітичну записку та надати практичні рекомендації щодо реалізації організаційно-правового механізму державної політики культурної дипломатії України.

Об’єкт дослідження – державна політика культурної дипломатії України.

Предмет дослідження – організаційно-правовий механізм реалізації державної політики культурної дипломатії України.

Методи дослідження. У даній роботі застосовувалися загальнонаукові та спеціальні методи наукового пізнання. Зокрема, був використаний діалектичний підхід, що передбачає з’ясування сутності, змісту та механізмів культурної дипломатії України. Системно-структурний метод дозволив визначити роль і місце культурної дипломатії в зовнішній політиці України та її вплив на економіку України. Крім того, історико-правовий метод використовувався для визначення досвіду провадження зовнішньої політики. Метод порівняльного аналізу використовувався для дослідження міжнародного досвіду, їх рекомендацій та механізмів провадження культурної дипломатії. Соціологічний та статистичний методи були застосовані для розкриття кількісних і якісних характеристик обізнаності іноземців про культуру України, а також про бажані напрями розвитку «м’якої сили» України. Логіко-семантичний метод дозволив сформулювати рекомендації, які стосуються конкретних завдань та заходів відносно провадження культурної дипломатії, а також щодо внесення змін до законодавства України. У процесі роботи над усіма розділами магістерської дипломної роботи використовувалися такі логічні прийоми, як аналіз і синтез.

Структура роботи обумовлена її метою та завданнями. Магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку 76 використаних джерел та 3 додатків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ

1.1. Культурна дипломатія як один з напрямів публічної дипломатії та політики «м'якої сили»

Згідно з визначенням Джозефа Ная (2008), м'яка влада – це здатність впливати на інших для отримання бажаних результатів за допомогою привабливості, а не через примус чи підкуп. Держава може отримати бажані результати в світовій політиці тому, що інші країни бажають її слідувати за нею, поважаючи її цінності, наслідуючи її приклад та/або прагнучи до її рівня процвітання та відкритості¹. Така влада базується та здійснюється за допомогою культури, цінностей і публічної політики. Це є інструментом для досягнення цілей (національних інтересів).

У статті «М'яка сила за Україною» Най (2022) зазначає, що:

«Сила – це здатність впливати на інших щоби отримати бажані результати. Розумний реаліст розуміє, що цього можна досягти трьома шляхами: примусом, підкупом чи привабливістю, іншими словами, як каже прислів'я, «палицями, морквинами та медом». За короткий термін палиці є більш ефективні за мед, і жорстка сила має перевагу над м'якою. Якщо я захочу вкрасти ваші гроші за допомогою жорсткої сили, я можу пригрозити застрелити вас і взяти ваш гаманець. Не важливо, що ви думаєте, крім того я одразу отримаю ваші гроші. Щоби отримати ваші гроші за допомогою м'якої сили мені буде необхідно переконати вас дати мені ваші гроші. Це займе час та не буде працювати кожного разу. Все залежить від вашої думки. Але якщо моя пропозиція зможе привабити вас, м'яка сила може довести

¹ Nye, J. S. (2008). Public Diplomacy and Soft Power. The Annals of the American Academy of Political and Social Science, 616, p. 94. URL: <http://www.jstor.org/stable/25097996>.

набагато менш витратний спосіб отримати гроші. В довгостроковій перспективі мед інколи має перевагу над палицями.

Так само в міжнародній політиці ефекти м'якої сили часто-густо повільні та непрямі. Ми можемо бачити результати бомб та куль одразу, в той час, як привабливість цінностей та культури може бути очевидною лише в довгостроковій перспективі. Але ігнорувати чи применшувати ці ефекти було б серйозною помилкою. Розумні політичні лідери вже давно зрозуміли, що цінності можуть породжувати силу. Якщо я можу отримати від тебе те, що я хочу, мені не прийдеться тебе змушувати робити те, що ти не хочеш. Якщо держава представляє цінності, які інші вважають привабливими, вона може зекономити на палицях та моркві»².

Хоча в світі реал-політік та автаркії жорстка сила лишається інструментом номер один, в сучасному світі, де всі країни пов'язані між собою, для жорсткої сили є певні обмеження. Це головним чином, ресурсні обмеження – ресурси фінансові, людські, часові, матеріальні тощо, яких потрібно набагато більше, ніж якби ми використовували м'яку силу. Крім того, жорстка сила може принести більше шкоди, ніж користі для досягнення національних інтересів, в тому числі політичним спротивом всередині країни та за кордоном. М'яка сила пов'язана з меншими ризиками, але нею важко користуватися, легко втратити і витратно відновлювати у разі втрати.

Приклад використання м'якої сили під час російсько-української війни надає Най. Роками США тиснули на Німеччину відмінити проєкт газопроводу Nord Stream 2, кажучи, що це ставить в залежність Європу від російського газу та ставить в небезпеку Україну, а також прийняти зобов'язання НАТО збільшити річні безпекові втрати на 2% ВВП. Російське повномасштабне вторгнення в Україну та злочини проти мирного населення

²Nye, J. S. (2022). Soft Power After Ukraine. Project Syndicate. URL: <https://www.project-syndicate.org/commentary/soft-power-after-russia-war-in-ukraine-by-joseph-s-nye-2022-05>.

в Київській області (Най згадує м. Буча), скоєні російськими солдатами, зробили росію настільки непривабливою для публічної думки, що Німеччині для того, щоби змінити свої рішення по обох питаннях, знадобилось лише пару днів. Але довгострокові ефекти втрати м'якої сили росією ми лише очікуємо, при тому вони будуть залежати від результатів війни³.

На відміну від Ная, який вважав суб'єктом культурної дипломатії країни, Джон Мітчелл (1987), зауважує, що культурна дипломатія – це «обмін ідеями, інформацією, мистецтвом та іншими аспектами культури між націями та народами задля порозуміння», а культурні відносини – це «відносини, які породжують взаємність через обмін та кооперацію»⁴. Культурна дипломатія, хоча і має витоки з інформаційної пропаганди, має на меті отримання взаємної вигоди. У нього акторами такого обміну є недержавні об'єднання і неформальні групи митців, науковців, освітян і підприємців. Роль державних інтересів у культурній дипломатії мінімальна, а суспільних – максимальна. Головною проблемою Мітчелла є те, що він акцентує на ідеалізмі в міжнародних відносинах, але недостатньо приймає до уваги, як за допомогою м'якої сили можна отримати від інших країн або територій бажані результати, при чому сумнівні з точки зору справедливості, сумління та ідеалізму, але раціональні з погляду реал-політік.

Зокрема, авторитарні режими теж дедалі більше використовують м'яку силу. Проте м'яка сила авторитарних режимів абсолютно відрізняється від м'якої сили демократичних країн, має інші цілі та механізми та загалом є лише допоміжним інструментом до жорсткої сили. В найгіршому прояві це виражається в пропаганді. Зокрема, це питання «російського миру» як частини державної політики Росії, що забезпечена великими бюджетами і світовою мережею центрів впливу. Серед провідників цієї політики Путін

³ Nye, J. S. (2022). Soft Power After Ukraine. Project Syndicate. URL: <https://www.project-syndicate.org/commentary/soft-power-after-russia-war-in-ukraine-by-joseph-s-nye-2022-05>.

⁴ Williams, R. J. (1987). [Review of International Cultural Relations, by J. M. Mitchell]. Canadian Journal of Political Science / Revue Canadienne de Science Politique, 20(2), p. 437. URL: <http://www.jstor.org/stable/3228729>.

називає федеральне агентство «Россотрудничество» та Фонд «Русский мир»⁵. Російській пропаганді приписують силу не меншу, ніж її зброї. Наприклад, взяти російський кінематограф, пов'язаний з війною. Ми маємо прихильності до головних героїв, а тому, коли в реальному житті стикаємось з воєнною загрозою, образ ворога в особі російського солдата сприймається не в повній мірі та дуже розмивається. Так само і з російською музикою, слухаючи яку, купуючи альбоми та квитки на концерти, деякі громадяни абсолютно забувають, що спонсорують державу-агресор та, можливо, підтримують адвокатів війни в Україні. Це саме той аспект м'якої сили, яку провадила росія з 2012 року, який спричинює розкол в українському суспільстві і завдяки якому нав'язувались необхідні росії наративи.

У книзі *Strategic Influence: Public Diplomacy, Counterpropaganda, and Political Warfare* (2009) дається таке визначення культурної дипломатії – це «один з видів публічної дипломатії та невід'ємна частина політики м'якої сили, що включає в себе обмін ідеями, інформацією, творами мистецтва та іншими компонентами культури між державами і народами з метою зміцнення взаєморозуміння»⁶. У Стратегії Українського Інституту (2020) визначення доповнюється наступними твердженнями: «Культура втілює та репрезентує цінності суспільства. Через культуру ми ділимося нашими цінностями і досвідом з іншими, досягаючи кращого порозуміння та активної співпраці між країнами. Культура в цьому контексті розуміється широко — не лише як мистецтво, але й наука, освіта, нематеріальна спадщина, система цінностей, ментальність, мова, досвід побудови громадянського суспільства»⁷.

Культурна дипломатія є державною політикою по впровадженню м'якої сили, метою якої є покращення впізнаваності країни та популяризації її

⁵ В.Самар. «М'яка» сила. Центр Журналістських Розслідувань Для Слідства.Інфо. 05 лютого 2016. URL: <https://investigator.org.ua/ua/articles/173427>.

⁶ *Cultural Diplomacy, Political Influence, and Integrated Strategy. Strategic Influence: Public Diplomacy, Counterpropaganda, and Political Warfare.* (2009). Ed. Michael J. Waller . Institute of World Politics Press. P. 74.

⁷ Стратегія Українського Інституту 2020-2024. (2020). Український інститут. С. 9. URL: <https://ui.org.ua/wp-content/uploads/2022/01/strategy-ukrainian-institute-3.pdf>.

культури, а також формування позитивного ставлення іноземців до держави. Така дипломатія допомагає досягти кращого порозуміння та довіри між країнами, принести нові інвестиції в країну, а також посилити позиції країни на міжнародній арені без бряцання зброєю.

Наталія Мусієнко та Григорій Шамборовський (2015) пропонують таку концепцію культурної дипломатії: «Культурна дипломатія - це процес, коли держава і суспільство беруть активну участь у формуванні свого національного образу, іміджу, стереотипу. Завданням культурної дипломатії є розвиток каналів та мереж спілкування між представниками творчих, наукових, бізнес- та інших інтелектуальних еліт різних країн. Заходи культурної дипломатії спрямовані на формування громадської думки в країні перебування. Цільовою аудиторією громадської дипломатії є як офіційні представники іноземних країн, так і широкі кола громадськості, діячі культури, освіти, ЗМІ, академічне середовище та молодь»⁸. Тобто, автори вважають важливою взаємодію як державних, так і недержавних акторів культурної дипломатії, що буде визначальним для ресурсів м'якої сили.

На відміну від багатьох сфер державної політики, в культурній дипломатії наявне широке коло стейкхолдерів, не обмежених урядовими агенціями (МЗС, державні фонди); це – інститути громадянського суспільства, об'єднання діаспори, академічної спільноти, бізнесменів, журналістів, спортсменів, лідери думок тощо. Важлива також їхня кооперація, а не ізольована праця. Зокрема, Віолетта Удовик, Другий секретар з культурно-гуманітарного співробітництва Посольства України в Японії відзначила важливість комплексного представлення України: «Коли ми проводили концерти української класичної музики у Токіо та Кіото в 2019 році, ми не просто організовували концерти, а зробили перед ними

⁸ Шамборовський Г., Мусієнко Н. (2015). Завдання і можливості культурної дипломатії у розвитку сучасної держави та інститутів громадянського суспільства в Україні. Агора. Вип. 14. С. 92.

презентацію про Україну»⁹. Тобто, в такому заході, як концерт, приймали участь не лише музиканти, але й люди з інших галузей мистецтва, зокрема митці петриківського розпису.

У Стратегії публічної дипломатії МЗС України зазначається таке визначення публічної дипломатії: «це система заходів, за допомогою яких держава комунікує з громадськістю інших держав та впливає на формування суспільної думки населення інших країн для просування своїх національних інтересів і реалізації зовнішньополітичних цілей»¹⁰. Окрім того, це – «стратегічний напрям діяльності апарату Міністерства закордонних справ України (МЗС), закордонних дипломатичних установ України (ЗДУ) та Українського інституту (УІ), який передбачає комунікацію та взаємодію з громадянами інших країн задля формування сприятливої для України громадської думки, довіри та взаєморозуміння, а також просування національних інтересів і досягнення зовнішньополітичних цілей України»¹¹.

Функція публічної дипломатії – встановлення діалогу «державо-людина» з урахуванням різноманіття національної та глобальної аудиторії, а також сприяння міжособистісним контактам «людина-людина», що особливо актуально в епоху широкого використання цифрових інструментів та соціальних мереж. Публічна дипломатія є також інструментом зміцнення національної стійкості та протидії гібридним загрозам, дезінформації та фейкам¹².

Важливими чинниками розвитку публічної дипломатії стали глобалізація, розвиток цифрових технологій, а також боротьба із

⁹ Аналітичний звіт "Сприйняття України за кордоном: Японія", 2021. – (Український Інститут). С. 29. URL: https://ui.org.ua/wp-content/uploads/2022/01/yaponiya_povnyj-zvit_finalnyj_ukr0503.pdf.

¹⁰ Стратегія публічної дипломатії Міністерства закордонних справ України на 2021-2025 рр. Ухвалено Наказом МЗС від 24.03.2021. С. 5. URL: <https://mfa.gov.ua/storage/app/sites/1/%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%97/public-diplomacy-strategy.pdf>.

¹¹ Стратегія публічної дипломатії Міністерства закордонних справ України на 2021-2025 рр. Ухвалено Наказом МЗС від 24.03.2021. С. 5-6. URL: <https://mfa.gov.ua/storage/app/sites/1/%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%97/public-diplomacy-strategy.pdf>.

¹² Там само. С.6.

глобальними загрозами. Наприклад, пандемія COVID-19 сприяла переходу на дистанційні форми роботи та навчання, що відкрили нові, менш ресурсновитратні форми взаємодії між суб'єктами.

Основними напрямками публічної дипломатії є культурна, економічна, експертна, кулінарна, науково-освітня, спортивна і цифрова дипломатії. Реалізація стратегії вимагає збалансованого підходу до планування та реалізації проєктів та заходів у сфері публічної дипломатії, який не ґрунтується лише на культурно-гуманітарній співпраці та розвитку міжкультурних зв'язків з іншими країнами¹³.

Інструменти культурної та експертної дипломатії, серед іншого, використовують для просування теми протидії російській агресії (зокрема питань деокупації, порушення прав людини, дезінформації тощо) для політиків, держслужбовців, експертів і науковців іноземних країн, у рамках міжнародних організацій тощо.

Нижчевказані терміни наведені згідно з визначеннями Закону України «Про дипломатичну службу».

«Дипломатична служба – це державна служба особливого характеру, яка полягає у професійній діяльності посадових осіб дипломатичної служби, пов'язаній з реалізацією зовнішньої політики України, захистом національних інтересів України у сфері міжнародних відносин, а також прав та інтересів громадян і юридичних осіб України за кордоном.

Дипломатична посада – визначена структурою і штатним розписом первинна структурна одиниця органу дипломатичної служби з установленими відповідно до законодавства посадовими обов'язками з виконання дипломатичних або консульських функцій.

Дипломатичний службовець – громадянин України, який займає дипломатичну посаду в органі дипломатичної служби, одержує заробітну плату за рахунок коштів державного бюджету та здійснює встановлені для цієї посади повноваження, безпосередньо пов'язані з виконанням

¹³ Там само. С.6.

дипломатичних або консульських функцій, а також дотримується принципів дипломатичної служби»¹⁴.

На переповненому світовому ринку у більшості людей та організацій немає часу вивчати інші місця. Ми всі орієнтуємося у сучасному світі за допомогою кількох простих кліше, що формують наші думки: Париж – це про стиль, Японія – про технології, Швейцарія – про заможність та точність, більшість африканських націй – про бідність, корупцію, війну, голод і хвороби. Ці кліше та стереотипи фундаментально впливають на нашу поведінку стосовно інших місць, людей, продуктів¹⁵.

Т.Л. Нагорняк (2008) зазначає, що сукупність асоціацій, що вшановуються громадянами власної країни, дбайливо успадковуються та презентуються, й за допомогою яких відбувається світова ідентифікація країни можуть зробити національну ідею в цій державі ефективною, її національного лідера – успішним, національну безпеку – стабільною, а саму державу – рівноправним гравцем світових процесів. «Це систематичний процес узгодження дій, поведінки, інвестицій, інновацій та комунікацій країни задля реалізації стратегії національної безпеки та конкурентної ідентичності»¹⁶.

Бренд – це сукупність уявлень, що є у особи про продукт (чи дестинацію), які базуються на видимих характеристиках продукту (чи дестинації), що відрізняють цей продукт (або дестинацію) від всіх інших продуктів, і таким чином наділяють продукт (дестинацію) конкурентними перевагами порівняно зі схожими продуктами (чи дестинаціями)¹⁷.

¹⁴ Закон України "Про дипломатичну службу" (2018). Відомості Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2449-19#Text>.

¹⁵Anholt, S. (2011). Beyond the Nation Brand: The Role of Image and Identity in International Relations. Exchange: The Journal of Public Diplomacy: Vol. 2 : Iss. 1 , Article 1. P.8. URL: <https://surface.syr.edu/exchange/vol2/iss1/1>.

¹⁶ Нагорняк Т.Л. (2008). Країна як бренд. Національний бренд «Україна». Стратегічні пріоритети, №4(9). С. 220-221. URL: https://www.libr.dp.ua/text/sp_2008_4_29.pdf.

¹⁷ Handbook on Tourism Destination Branding. With an introduction by Simon Anholt. (2015). UNWTO. P. 188. URL: https://issuu.com/bibliotecaperiodismoturistico/docs/handbook_on_tourism_-_destination_b.

Національний бренд охоплює те, як держава відображає себе з позицій загального іміджу в політичній, культурній та бізнес сферах.¹⁸

Брендинг країни складається з таких компонентів, як стратегія (хто ми є і де знаходимось, куди і яким чином йдемо?), суть (результативне провадження стратегії в новій діяльності), символічні дії (дії по суті брендингу, які є особливо успішними для поширення в комунікації та є віддзеркаленням стратегії)¹⁹.

У сфері провадження зовнішньої політики країни застосовують різні стратегії традиційної, мережевої, культурної та медіа – дипломатії для реалізації своїх політичних завдань і переконування світової громадськості у правильності своїх стратегій зовнішньої політики. У розділі 1.3. більш детально представлена подібна політика.

1.2. Місце культурної дипломатії у зовнішній та внутрішній державній політиці

Ще з моменту отримання незалежності Україна ставила питання зовнішньополітичного курсу та своєї ролі у системі міжнародних відносин. Від радянської моделі «жорсткої» сили Україна відмовилась, приєднавшись до Договору про нерозповсюдження ядерної зброї та підписавши Будапештський меморандум 1994 року. Та попри відмову від жорсткої сили, не було активного впровадження культурної дипломатії. Функції МЗС та представництв України за кордоном були обмежені необхідним мінімумом захисту прав громадян за кордоном та питаннями міграції; питанню просування культури чинився опір з боку бюрократичних процедур, проблеми нестачі ресурсів, недостатньої зацікавленості та відсутності розуміння. Повторно питання культурної дипломатії виникає в часи Революції Гідності 2013-2014 рр. та під час початку збройної агресії

¹⁸ Там само, с. 191.

¹⁹ Anholt, S. (2011). "Beyond the Nation Brand: The Role of Image and Identity in International Relations," Exchange: The Journal of Public Diplomacy: Vol. 2: Iss. 1, Article 1, pp. 7-8. URL: <https://surface.syr.edu/exchange/vol2/iss1/1>.

російської федерації в 2014 році. Це пов'язано з необхідністю пояснювати процеси, що відбуваються в Україні, закордонній аудиторії, а також протистоянню в інформаційній війні, що її розв'язала в 2013 році росія. Форуми культурної дипломатії України відіграли значну роль у приверненні суспільної та урядової уваги до даної царини, сприяли покращенню взаємодії між МЗС та громадськими організаціями, появі нових ініціатив і проектів.

У 2015 році був створений Департамент публічної дипломатії, в склад якого входить відділ культурної дипломатії. В 2021 році МЗС ставить акцент на стратегічне планування культурної дипломатії у зв'язку з виходом Стратегії публічної дипломатії Міністерства закордонних справ України 2021-2025. У зв'язку з повномасштабною агресією росії, що почалась 24 лютого 2022 року, культурна дипломатія, м'яка сила – це саме те, що схилило світ на нашу користь та допомагає тримати війну на перших шпальтах кожної медіа-агенції. Наразі уряд України залучає не лише механізми, які розвивалися з 2014 року, але й отримує доступ до нових майданчиків та інструментів, з яких можна отримати підтримку країні під час війни. Це і виступи Президента України Володимира Зеленського в Парламентах інших країн (для деяких країн це безпрецедентно), виступ Володимира Зеленського на відкритті 75-го Каннського кінофестивалю, приїзд лідерів думок та всесвітньо відомих зірок до України тощо.

У статті 2 Законі України «Про засади зовнішньої і внутрішньої політики» зазначено наступне:

«Засади внутрішньої і зовнішньої політики базуються на безумовному додержанні Конституції України, забезпеченні в Україні прав і свобод людини і громадянина та гарантуванні прав і свобод, проголошених Конституцією України, на загальновизнаних принципах і нормах міжнародного права, забезпеченні соціальної спрямованості економіки України та сталого соціально-економічного розвитку України, зміцненні демократичних засад суспільного і державного життя, забезпеченні верховенства права, економічної і політичної

незалежності держави, захисту її національних інтересів, утвердження України як повноправного і авторитетного члена світового співтовариства»²⁰.

Крім того, стаття 11 того ж Закону вказує, що серед основних засад зовнішньої політики є, зокрема, таке:

«— забезпечення національних інтересів і безпеки України шляхом підтримання мирного і взаємовигідного співробітництва з членами міжнародного співтовариства за загальновизнаними принципами і нормами міжнародного права;

– створення сприятливих умов для задоволення національно-культурних і мовних потреб українців, які проживають за межами України, підтримання з ними сталих зв'язків;

– підтримка розвитку торговельно-економічного, науково-технічного та інвестиційного співробітництва України з іноземними державами на засадах взаємної вигоди;

– розширення міжнародного співробітництва з метою залучення іноземних інвестицій, новітніх технологій та управлінського досвіду в національну економіку в інтересах її реформування, модернізації та інноваційного розвитку;

– підтримка інтеграції України у світовий інформаційний простір»²¹.

Частина 2 статті 6 Закону України «Про дипломатичну службу» зазначає, що одним з основних завдань органів дипломатичної служби є «реалізація зовнішньополітичного курсу України, спрямованого на розвиток політичних, економічних, культурних, гуманітарних, наукових, інших зв'язків з іноземними державами та міжнародними організаціями»²².

Стаття 7 того ж Закону вказує, що серед функцій органів дипломатичної служби є «поширення інформації про Україну за кордоном, забезпечення

²⁰Закон України «Про засади внутрішньої і зовнішньої політики». Відомості Верховної Ради України. 2010. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2411-17#Text>.

²¹Там само.

²² Закон України "Про дипломатичну службу" (2018). Відомості Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2449-19#Text>.

розвитку зв'язків із закордонними українцями та їх громадськими об'єднаннями, забезпечення та координація діяльності з торговельно-економічних питань, що здійснюється закордонними дипломатичними установами України, сприяння розвитку міжнародного освітнього та науково-технічного співробітництва»²³.

Важливо зазначити, що згідно з статтями 42-43 розділу 10 «Про дипломатичну службу» фінансування і матеріально-технічне забезпечення органів дипломатичну службу здійснюються за рахунок коштів державного бюджету, а закордонні дипломатичні установи України мають самостійний баланс та рахунки в банках держав акредитації; «порядок розміщення, придбання, оренди, відчуження та особливості будівництва об'єктів нерухомого майна для потреб закордонних дипломатичних установ України затверджується Кабінетом Міністрів України»²⁴.

Стратегія публічної дипломатії Міністерства закордонних справ України 2021-2025²⁵ визначає принципи, роль і місце публічної дипломатії у зовнішній та внутрішній державній політиці.

Діяльність МЗС, ЗДУ та УІ у сфері публічної дипломатії базується на таких принципах:

Проектний менеджмент: уся діяльність у сфері публічної дипломатії побудована відповідно до принципів проектного управління, серед яких – доцільність, лідерство, взаємодія, динамічне планування, результативність, оцінка ефективності, підзвітність, підконтрольність.

Інноваційність: суб'єкти публічної дипломатії підтримують інноваційний розвиток, вивчають і використовують нові технології та підходи для підвищення ефективності своєї діяльності.

²³ Закон України "Про дипломатичну службу" (2018). Відомості Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2449-19#Text>.

²⁴ Там само.

²⁵ Стратегія публічної дипломатії Міністерства закордонних справ України на 2021-2025 рр. Ухвалено Наказом МЗС від 24.03.2021. URL: <https://mfa.gov.ua/storage/app/sites/1/%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%97/public-diplomacy-strategy.pdf>.

Повага до культурного розмаїття: суб'єкти публічної дипломатії у своїй діяльності враховують культурні особливості різних народів світу з метою збереження і розвитку культурного розмаїття та протидії будь-яким формам дискримінації, ворожнечі та іншим формам ерозії єдності спільнот людей.

Людиноцентричність: людина, її життя та права мають найвищу цінність.

Відповідальність: суб'єкти публічної дипломатії дотримуються законів України та країн перебування, норм міжнародного права, загальноновизнаних етичних норм.

Стратегія публічної дипломатії визначає такі виміри роботи суб'єктів публічної дипломатії у сфері культурної дипломатії:

- 1) просування сучасного українського кіно, особливо сприяння участі українських фільмів у міжнародних кінофестивалях;
- 2) просування сучасної української класичної та популярної музики, сприяння спільним міжнародним проектам;
- 3) просування сучасного українського театру та перформативного мистецтва, зокрема через участь у міжнародних театральних фестивалях;
- 4) просування сучасної української літератури, сприяння участі України в провідних міжнародних книжкових виставках, сприяння перекладу та виданню творів українських письменників за кордоном;
- 5) сприяння видавничим проектам для публікації іноземними мовами книг і брошур з популяризації історії та сьогодення України;
- 6) просування українського класичного і сучасного візуального мистецтва, зокрема за допомогою виставкових проектів за кордоном, мистецьких обмінів і колаборацій;
- 7) сприяння популяризації українських креативних індустрій, зокрема дизайну, моди, архітектури тощо;

8) презентація розмаїття українського мистецтва, зокрема представлення української культури й мистецтва в рамках міжнародних фестивалів, форумів, конференцій;

9) сприяння міжнародним дослідницьким проектам у галузі культури й мистецтва, заохочення іноземних фахівців до вивчення української культури;

10) просування української культурної спадщини;

11) популяризація української мови у світі;

12) сприяння проектам у галузі культури й мистецтва представників корінних народів і національних меншин.²⁶

Незважаючи на те, що виміри 10-12 звучать доволі привабливо, ці виміри сформульовані абстрактно та де-факто недостатньо впроваджуються навіть всередині країни. Чи може країна, яка зробила недостатньо для збереження своєї культурної спадщини від крадіжок російськими солдатами під час війни, просувати цю спадщину за кордоном? І які конкретні кроки стосовно якого напрямку плануються? Тут неможливо використати СМАРТ-цілі. Те саме з популяризацією української мови – оскільки стандартування української як іноземної Національною комісією зі стандартів державної мови є лише у процесі, так само, як і вступ України до Асоціації укладачів мовних тестів (ALTE), то просування української мови за кордоном є писаним вилами по воді, тобто не вкладається в СМАРТ-цілі.

Крім того, важливу оцінку державній політиці культурної дипломатії дають міжнародні рейтинги, які стосуються питань національного бренду та глобальної присутності: Global Soft Power Index, Anholt-Ipsos Nation Brands, Elcano Global Presence Index.

1.3. Світовий досвід реалізації державної політики культурної дипломатії

²⁶Стратегія публічної дипломатії Міністерства закордонних справ України на 2021-2025 рр. Ухвалено Наказом МЗС від 24.03.2021. С. 6. URL: <https://mfa.gov.ua/storage/app/sites/1/%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%97/public-diplomacy-strategy.pdf>.

В Японії культурна дипломатія базується на діяльності МЗС, інших органів виконавчої влади, в т.ч. такі агентства, як JICA, JETRO, культурних інституцій (Japan Foundation), бізнесу та волонтерських організацій. Японія старанно вибудовує імідж безпечної країни, культурної країни, технологічної країни. При цьому відбувається фільтрація новин, які йдуть назовні (як-от: кримінальні новини не розголошуються; навіть всередині країни кримінальні новини не отримують великого розголосу). Головною ціллю такої політики є *боротьба зі старінням нації у вигляді припливу висококваліфікованої робочої сили* (у зв'язку з нестачею робочої сили японський уряд надає робочі візи вже людям, що займаються риболовством, сільським господарством, доглядом за людьми похилого віку). Особливістю японської дипломатії є велике залучення державних інституцій та великі витрати бюджетних коштів на дипломатичні потреби (в тому числі, на гранти на навчання іноземцям).

На прикладі міста *Канадзава, Японія*, розглянемо яким чином відбувається взаємодія іноземців з місцевим населенням. Канадзава – столиця префектури Ішікава, населення станом на січень 2022 року складає 460 тисячу осіб²⁷. Економіка складається з легкої промисловості (текстиль), машинобудівної галузі, друкарства, високоточної та комп'ютерної галузі, а також є велика частка традиційного ремісництва (амальгування, кераміка Кутані, скляна промисловість). Через те, що місто не піддалось бомбардуванню під час Другої світової війни, збереглась середньовічна архітектура з замком Канадзава та парком Кенрокуен. Крім того, в 1949 році був відкритий університет Каназави²⁸. Виходячи з цієї інформації, можемо розподілити споживачів культурної дипломатії на три групи: 1) туристи-іноземці, 2) студенти з-за кордону, 3) працівники-іноземці.

²⁷ 人口・世帯数(毎月更新). Населення, кількість домогосподарств (щомісячно оновлюється – пер.авт.) (2022). Kanazawa City. URL: <https://www4.city.kanazawa.lg.jp/soshikikarasagasu/chosatokeishitsu/gyomuannai/1/3/2/7841.html>.

²⁸ Britannica, T. Editors of Encyclopaedia (2018, May 22). Kanazawa. Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/place/Kanazawa>.

Кожного року місто відвідують 8 мільйонів туристів²⁹. Якщо не приймати до уваги туристичні агентства, туристи отримують інформацію з Центру туристичної інформації м. Канадзава. Цей центр знаходиться в точці перетину всіх маршрутних шляхів регіону – автомобільних, залізничних, автобусних (в т.ч. туристичних та шаттлу з аеропорту). Це дозволяє місцевій владі покривати всі туристичні потоки в місто та організовувати рух туристів з найменшими витратами ресурсів.

Стосовно студентства – студенти з-за кордону концентруються між трьома університетами – університет Канадзави, університет Хокуріку та університет мистецтв Канадзави. В кожному з них відкриті центри для студентів з-за кордону, при яких функціонують ради з студентів (нагадує громадські ради при органах влади). Ці ради можуть організовувати свята, виставки, ярмарки з пошуків роботи з метою налагодженості взаємодії між місцевими жителями та організаціями та студентами з-за кордону, а також залучати до фінансування таких заходів університет.

Стосовно робітників – в місті працює центр безкоштовної правової допомоги для іноземців. Крім того, існує організація Фундація міжнародного обміну Канадзави³⁰. Метою заснування Фундації є просування суспільства зі взаємоповагою та прийняттям кожної людини, що проживає на території Канадзави, а також просування безпечного, спокійного та щасливого життя в місті³¹. До цієї організації можуть доєднатися студенти та працівники, тобто люди, які мають картку резидента Японії, а в її діяльності можуть приймати участь будь-хто з іноземців, в тому числі туристи.

З мінусів – немає представництва іноземців у правоохоронних органах, медіа-групах. Перелічені вище організації мають лише консультаційні функції, в разі порушення прав іноземців немає жодного дієвого механізму для захисту прав іноземців. Загальнодоступні методи через високий рівень

²⁹ Basic data of Kanazawa (2017). Kanazawa City Tourism Association. URL: <https://visitkanazawa.jp/moretocheck/data>.

³⁰ Kanazawa International Exchange Foundation (KIEF)

³¹ About KIEF (2022). Kanazawa International Exchange Foundation. URL: <http://www.kief.jp/aboutkiefforeigner.html>.

бюрократизації часто мають багато перешкод для іноземців, в тому числі мовних. Окрім того, через великі зусилля з просування «м'якої сили» міста будь-яка інформація про порушення прав іноземців приховується та правоохоронні органи докладають максимум зусиль для досудового залагодження порушень.

Отож, ми спостерігаємо високий рівень залучення іноземців в культурній, освітній та побутовій сфері, базовий рівень в правоохоронній діяльності.

В Південній Кореї дипломатія також базується на діяльності МЗС, інших органів виконавчої влади, культурних інституцій, бізнесу, але роль недержавних акторів – культурних діячів – набагато більша, ніж в Японії. Особливістю Кореї є «культура Кореїської хвилі» – це кінематограф (кінофільм «Паразити» отримав 4 перемоги з 6 номінацій найпрестижнішої премії Оскар), музика, кулінарія тощо. Головною метою Південної Кореї, на відміну від Японії, є *збільшення прибутків і збільшення впізнаваності країни*. Така мета дозволяє мінімізувати участь центральних виконавчих органів та збільшити участь неурядових акторів дипломатії. При тому, досвід Південної Кореї може бути цікавим для України, оскільки країна технічно досі знаходиться у стані війни (Кореїська війна закінчилась перемир'ям, а не мирним договором).

У Німеччині діє Гете-Інститут як основний актор культурної дипломатії. Він знаходиться на утриманні федерального уряду Німеччини, загальний бюджет становить 398 мільйонів доларів США³². Головною метою Гете-Інституту є *розвиток міжнародної культурної співпраці, популяризація німецької мови за кордоном*. Установа займаються широким колом проблем, починаючи від промоції та координації культурних проектів та мовних програм і закінчуючи підтримкою приватного бізнесу за кордоном. Крім

³² Стратегія Українського Інституту 2020-2024. (2020). Український інститут. С.13. URL: <https://ui.org.ua/strategy2020-2024>.

того, Гете-Інститут ретранслює культурні цінності своєї країни на території 98 країн світу.

В 2016 році Гете-Інститут поставив собі за мету заохочувати нові проекти кооперації в рамках культурних обмінів з метою сприяння появи нових мереж і нових форм співпраці на міжнародній арені в галузі культури. Так виник Міжнародний фонд співпраці. Цей фонд пропонує фінансувати співпраці артистів, театральних митців, танцівників, музикантів. Фонд створений для артистів або професійних ансамблів, які працюють за кордоном та в Німеччині, і які довели, що не мають достатньо коштів для реалізації спільного проекту.

Висновки до розділу 1

М'яка сила – це здатність впливати на інших для отримання бажаних результатів за допомогою привабливості, а не через примус чи підкуп.

Культурна дипломатія – це процес, коли держава і суспільство беруть активну участь у формуванні свого національного образу, іміджу, стереотипу. Результатом провадження культурної дипломатії є формування громадської думки в країні перебування, збільшення впізнаваності та прихильності до України. Цільовою аудиторією є офіційні представники іноземних країн та широкі кола громадськості.

Можна вважати, що м'яка сила – це спосіб впливати на інші країни, а культурна дипломатія – це інструмент державної політики по провадженню м'якої сили.

Держави реалізують культурну дипломатію так, щоби досягти бажаних цілей розвитку країни. Для Японії місія культурної дипломатії полягає в залученні робочої сили на території країни, для Південної Кореї місія – в комерціалізації культурної продукції, збільшення впізнаваності країни на міжнародній арені, для Німеччини – це просування німецької мови за кордоном, а також реалізація спільних культурних проєктів для збільшення культурних здобутків і формування нових мереж кооперацій.

РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВИЙ МЕХАНІЗМ РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ

2.1. Законодавча та інституційна база реалізації чинної політики

Законодавство про культурну дипломатію базується на Конституції України³³ та інших нормативно-правових актах. Основними нормативно-правовими актами у сфері культурної дипломатії України є такі:

Закон України «Про засади внутрішньої і зовнішньої політики»³⁴;

Закон України "Про дипломатичну службу"³⁵;

Консульський Статут України³⁶;

Указ Президента України від 20 лютого 2006 р. № 142 «Про культурно-інформаційний центр у складі закордонної дипломатичної установи України»³⁷;

Положення «Про культурно-інформаційний центр у складі закордонної дипломатичної установи України»³⁸;

Розпорядження Кабінету Міністрів України від 19 квітня 2006 р. № 213-р «Про затвердження переліку закордонних дипломатичних установ України, у складі яких утворюються культурно-інформаційні центри»³⁹;

³³ Конституція України. (1996). Відомості Верховної Ради України, № 30, ст. 141. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text>

³⁴ Закон України «Про засади внутрішньої і зовнішньої політики». Відомості Верховної Ради України. 2010. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2411-17#Text>.

³⁵ Закон України "Про дипломатичну службу". Відомості Верховної Ради України. 2018. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2449-19#Text>.

³⁶ Консульський Статут України. Затверджено Указом Президента України від 2 квітня 1994 року N127/94. Відомості Верховної Ради України. 1994. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/127/94#Text>.

³⁷ Указ Президента України від 20 лютого 2006 р. № 142 «Про культурно-інформаційний центр у складі закордонної дипломатичної установи України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/142/2006#Text>.

³⁸ Положення «Про культурно-інформаційний центр у складі закордонної дипломатичної установи України». Відомості Верховної Ради України. 20.02.2006. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/142/2006#Text>.

³⁹ Розпорядження Кабінету Міністрів України від 19 квітня 2006 р. № 213-р «Про затвердження переліку закордонних дипломатичних установ України, у складі яких утворюються культурно-інформаційні центри». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/213-2006-%D1%80#Text>.

Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про утворення державної установи «Український інститут»»⁴⁰;

Статут Українського Інституту, редакція 2021 р.⁴¹;

Стратегія Українського Інституту 2020-2024⁴²;

Стратегія Публічної Дипломатії Міністерства Закордонних Справ України 2021-2025⁴³;

Комунікаційна стратегія Міністерства Закордонних Справ⁴⁴;

⁴⁰ Розпорядження Кабінету Міністрів України від 21 червня 2017 р. № 430-р. «Про утворення державної установи “Український інститут”». URL: <https://www.kmu.gov.ua/pras/250094619>.

⁴¹ Наказ Міністерства Закордонних Справ України від 27 січня 2021 р. №29 «Про затвердження нової редакції Статуту державної установи «Український інститут»». URL: https://ui.org.ua/wp-content/uploads/2022/01/ukrayinskyj-institut_statut_nova-redakcziya-2021-1.pdf.

⁴² Стратегія Українського Інституту 2020-2024. (2020). Український інститут. URL: <https://ui.org.ua/strategy2020-2024>.

⁴³ Стратегія Публічної Дипломатії Міністерства Закордонних Справ України на 2021-2025 роки. (26.03.2021). Міністерство закордонних справ України. URL: <https://mfa.gov.ua/storage/app/sites/1/%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%97/public-diplomacy-strategy.pdf>.

⁴⁴ Комунікаційна Стратегія Міністерства Закордонних Справ України. (26.03.2021). Міністерство закордонних справ України. URL: <https://mfa.gov.ua/storage/app/sites/1/%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%97/communication-strategy.pdf>.

Сприйняття України за кордоном: Японія⁴⁵, Туреччина⁴⁶, США⁴⁷, Франція⁴⁸, Німеччина⁴⁹, Польща⁵⁰, Угорщина⁵¹, Сполучене Королівство Великої Британії та Північної Ірландії⁵².

Інституційна база

Згідно зі статтею 12 Закону України «Про засади внутрішньої і зовнішньої політики», визначені такі суб'єкти зовнішньої політики:

«— Верховна Рада України як єдиний орган законодавчої влади в Україні визначає засади внутрішньої і зовнішньої політики, удосконалення законодавства у сфері зовнішньої політики та здійснює кадрову політику в межах, визначених Конституцією України, а також здійснює парламентський контроль;

— Президент України як глава держави, гарант державного суверенітету, територіальної цілісності України, додержання Конституції України, прав і свобод людини і громадянина — за допомогою щорічних і позачергових послань до Верховної Ради України про внутрішнє і зовнішнє становище України, в яких пропонується визначення, коригування засад внутрішньої і зовнішньої політики з урахуванням внутрішнього і зовнішнього становища

⁴⁵ Аналітичний звіт «Сприйняття України за кордоном: Японія». (2020). Український Інститут. URL: https://ui.org.ua/wp-content/uploads/2022/01/yaponiya_povnyj-zvit_finalnyj_ukr0503.pdf.

⁴⁶ Аналітичний звіт «Сприйняття України за кордоном: Туреччина». (2020). Український Інститут. URL: https://ui.org.ua/wp-content/uploads/2022/01/turechchyna_povnyj-zvit_ukr0503-02.pdf.

⁴⁷ Аналітичний звіт «Сприйняття України за кордоном: США». (2020). Український Інститут. URL: https://ui.org.ua/wp-content/uploads/2022/01/ssha_povnyj-zvit_ukr_nk0503.pdf.

⁴⁸ Аналітичний звіт «Сприйняття України за кордоном: Франція». (2020). Український Інститут. URL: https://ui.org.ua/wp-content/uploads/2022/01/francziya_povnyj-zvit_ukr.pdf.

⁴⁹ Аналітичний звіт «Сприйняття України за кордоном: Німеччина». (2020). Український Інститут. URL: https://ui.org.ua/wp-content/uploads/2022/01/nimechchyna_povnyj-zvit_ukr.pdf.

⁵⁰ Аналітичний звіт «Сприйняття України за кордоном: Польща». (2020). Український Інститут. URL: https://ui.org.ua/wp-content/uploads/2022/01/polshha_povnyj-zvit_ukr.pdf.

⁵¹ Аналітичний звіт «Сприйняття України за кордоном: Угорщина». (2020). Український Інститут. URL: https://ui.org.ua/wp-content/uploads/2022/01/ugorshhyna_povnyj-zvit_ukr.pdf.

⁵² Аналітичний звіт «Сприйняття України за кордоном: Сполучене Королівство Великої Британії та Північної Ірландії». (2021). Український Інститут. URL: <https://ui.org.ua/wp-content/uploads/2022/02/spryjnyattya-ukrayiny-u-velykij-brytaniyi.pdf>.

України, здійснення керівництва зовнішньополітичною діяльністю держави, керівництва у сферах національної безпеки і оборони держави, реалізації права законодавчої ініціативи, зокрема щодо внесення змін до цього Закону, застосування права вето щодо прийнятих Верховною Радою України законів, у тому числі з підстав їх невідповідності визначеним цим Законом засадам внутрішньої і зовнішньої політики, здійснення кадрової політики в межах, визначених Конституцією України, видання на виконання Конституції і законів України указів та розпоряджень;

– Кабінет Міністрів України як вищий орган у системі органів виконавчої влади – реалізовує внутрішню і зовнішню політику держави, розроблює для реалізації цих засад проекти законів, інші нормативно-правові акти, проводить експертизи проектів на відповідність засадам, визначеним цим Законом, забезпечує координацію роботи міністерств та інших центральних органів виконавчої влади, здійснює кадрової політики в межах, визначених Конституцією та законами України;

– центральні та місцеві органи виконавчої влади, інші державні органи - шляхом участі в межах своєї компетенції;

– органи місцевого самоврядування – вирішують в межах Конституції і законів України питання місцевого значення у відповідних сферах внутрішньої політики та у сфері зовнішньоекономічної діяльності;

– політичні партії, громадські організації у порядку, передбаченому законом»⁵³.

Міністерство закордонних справ України – це центральний орган виконавчої влади, що формує та реалізує державну політику у сфері зовнішніх відносин, координує діяльність державних органів у сфері зовнішніх відносин.

Закордонні дипломатичні установи України є постійно діючими органами дипломатичної служби при Міністерстві закордонних справ

⁵³ Закон України «Про засади внутрішньої і зовнішньої політики». Відомості Верховної Ради України. 2010. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2411-17#Text>.

України, основними завданнями яких є представництво України в державах перебування або при міжнародних організаціях та підтримання з ними офіційних відносин, відстоювання національних інтересів України, виконання консульських функцій, у тому числі захист прав та інтересів громадян і юридичних осіб України за кордоном.

Український інститут – державна установа, що працює у сфері культурної дипломатії. Це «експертна, стала та авторитетна організація, що має системотворчу роль у міжнародній репрезентації України через потенціал культури»⁵⁴.

Окрім того, задля міжнародної співпраці в різних сферах залучаються такі актори, як Міністерство культури та інформаційної політики, Український культурний фонд (УКФ), Український інститут національної пам'яті (УІНП), Державне агентство України з питань мистецтв та мистецької освіти (Держмистецтво), Державне агентство України з питань кіно (Держкіно), Український інститут книги (УІК), Державне агентство з розвитку туризму, інші державні служби та агентства, культурні інституції, недержавні установи та організації, об'єднання закордонних українців.

Парламент: Комітети Верховної Ради України з питань:

- зовнішньої політики та міжпарламентського співробітництва;
- інтеграції України до Європейського Союзу;
- гуманітарної та інформаційної політики;
- прав людини, деокупації та реінтеграції тимчасово окупованих територій у Донецькій, Луганській областях та Автономної Республіки Крим, міста Севастополя, національних меншин і міжнаціональних відносин;
- економічного розвитку (інвестиції).

⁵⁴ Наказ Міністерства Закордонних Справ України від 27 січня 2021 р. №29 «Про затвердження нової редакції Статуту державної установи «Український інститут». URL: https://ui.org.ua/wp-content/uploads/2022/01/ukrayinskyj-institut_statut_nova-redakciya-2021-1.pdf.

Міжнародна спільнота: Дипломатичні представництва іноземних держав на території України, міжнародні експертні організації у сфері міжнародних відносин.

Приватні компанії: маркетингові агенції для створення, розвитку та комунікації національного бренду України, медіа агенції для комунікації та просування свого повідомлення людям, друкарні тощо.

Громадськість: Світовий Конгрес Українців та організації українців за кордоном, Європейський конгрес українців, Світова федерація українських жіночих організацій, Світова федерація українських лемківських об'єднань, ПЛАСТ, лідери суспільної думки, зокрема, українські митці, журналісти, викладачі, студенти, науковці, політики і загалом небайдужі громадяни.

Україна згадується у міжнародних рейтингах, що стосуються національного бренду та глобальної присутності. В рейтингу Global Soft Power Index Україна займає 51 місце в 2022 році (порівняно з 61 місцем в 2021 році; рейтинг був складений восени 2021 і не відображає повоєнні події)⁵⁵, в рейтингу Anholt-Ipsos Nation Brands – 48 місце в 2021 році (43 місце в 2020)⁵⁶, в рейтингу Elcano Global Presence Index – 48 місце за 2021 рік (30 місце в 1995 році)⁵⁷.

Brand Finance (2022) у своєму докладі зазначає, що результати повномасштабного вторгнення росії на територію України в секторі м'якої сили буде досліджено і представлено на Global Soft Power Summit 2022. Наразі ж вони характеризують російсько-українську війну як задіяння воєнної сили (армія рф), економічної сили (санкції міжнародної спільноти) та м'якої сили («Україна проводить майстер-клас з використання м'якої сили для активізації глобальної суспільної думки, використовуючи ЗМІ та

⁵⁵ Global Soft Power Index 2022. (2022). Brand Finance. URL: https://brandirectory-live-public.s3.eu-west-2.amazonaws.com/reports_free/brand-finance-soft-power-index-2022.pdf.

⁵⁶ 2021 Anholt-Ipsos Nation Brands Index: Press Release. (2021). Ipsos. URL: <https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2021-10/NBI-2021-ipsos.pdf>.

⁵⁷ Elcano Global Presence Index Ukraine. Elcano Royal Institute. – 2020. – URL: <https://explora.globalpresence.realinstitutoelcano.org/en/country/iepg/global/UA/UA/2020>.

соціальні мережі, щоб переконати»⁵⁸). Крім того, автор доповіді вважає, що єдина країна, яка може завершити конфлікт – це Китай, завдяки використанню своєї м'якої сили до росії.

Яким чином культурна дипломатія вплине на розвиток туризму – можна побачити на прикладі кількості відвідувачів Чорнобильської зони відчуження до (46 136 осіб⁵⁹) і після (120 604 осіб⁶⁰) виходу серіалу «Чорнобиль» від компанії НВО – відбулося збільшення показників у 2,6 рази.

Україна з Туреччиною йшли пліч о пліч в показниках кількості іноземних туристів та їх витрат з 1997 року, але розрив намітився 2008 року (Додаток Б). У 2018 році Туреччина прийняла 45,7 мільйонів туристів, в той час як Україна зменшила свої обсяги до 14,1 мільйона туристів. Це головним чином пов'язано з фактором безпеки – ми бачимо, що в 2013 році кількість відвідувачів України була 24,7 мільйонів осіб, а вже в 2014 цей показник впав вдвоє – 12,7 мільйонів осіб⁶¹. Якщо подивитись на кількість витрачених туристами грошей, то у Туреччині на 2018 рік витрачено 37,14 мільярдів доларів США, а в Україні – 2,269 мільярдів доларів США. Піком для України був 2008 рік, коли було витрачено туристами 6,722 мільярдів доларів США⁶². Першочерговою задачею є відновлення потоків туризму до рівня 2008 року, а потім вже завоювання нових висот, повторюючи шлях Туреччини.

⁵⁸ Global Soft Power Index 2022. (2022). Brand Finance. P.7. URL: https://brandirectory-live-public.s3.eu-west-2.amazonaws.com/reports_free/brand-finance-soft-power-index-2022.pdf.

⁵⁹ Динаміка кількості відвідувачів зони відчуження в розрізі 2017–2021 років. ДП "Центр організаційно-технічного і інформаційного забезпечення управління зоною відчуження". – 08.12.2021. – URL: <https://www.facebook.com/cotiz.org.ua/photos/pcb.4564114540368656/4564114360368674/>.

⁶⁰ Там само.

⁶¹ International tourism, number of arrivals – Turkey, Ukraine. World Tourism Organization, Yearbook of Tourism Statistics, Compendium of Tourism Statistics and data files. – 2018. – URL: <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL?locations=TR-UA>.

⁶² International tourism, receipts (current US\$) - Turkey, Ukraine [Електронний ресурс] // World Tourism Organization, Yearbook of Tourism Statistics, Compendium of Tourism Statistics and data files. – 2018. – URL: <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL?locations=TR-UA>.

2.2. М'яка сила і культурна дипломатія України під час російсько-української війни 2014-2022 рр.

Проблема реалізації культурної дипломатії є наднаціонального масштабу, оскільки це є питання відносин між державами. Питання дипломатії на пряму охоплює не тільки працівників МЗС та дипломатичних установ, але й всіх громадян України, іноземних громадян.

Перші кроки культурної дипломатії починаються з 2013 року починається формування культурної дипломатії з метою пояснити ідеї Революції Гідності та протидіяти активно розгорнутій інформаційній війні росії. Пізніше культурна дипломатія перейшла на висвітлення подій та привертання уваги до російсько-української війни. Активно висвітлювались питання волонтерської допомоги в гуманітарних питаннях, допомоги пораненим, програмам реабілітації ветеранів, політичних акцій, в тому числі акцій щодо звільнення політв'язнів з росії, культурних заходів. Проблемами на цьому етапі були відсутність коштів для заходів, відсутність стратегії культурної дипломатії, спорадичність заходів, повільність ухвалення рішень.

На прикладі Італії, наведеним Мінаковим (2016), можна побачити результати провадження культурної дипломатії за 2014-2015 рр. Італія – це країна, в якій активно розгорнута російська культурна дипломатія, саме тому російські наративи активно просувалися ще під час Революції Гідності. Автор підкреслює, якщо порівнювати активність акторів української та російської культурної дипломатії, то остання мала постійну перевагу в усіх контекстах, зустрічаючи протидію лише в громадянському, медійному та освітньо-науковому секторі⁶³.

Основними акторами української культурної дипломатії в Італії були Посольство, мережа українських громадських асоціацій, науковці з освітянами та журналісти. Співпраця на рівні економічних гравців та ряду

⁶³ Мінаков М. (2016). Надто м'яка влада: результати української культурної дипломатії в Італії, 2014-2015 рр. Агора, вип. 16, с. 80.

інших можливих учасників культурної дипломатії (передусім спортсмени) була вкрай незначною⁶⁴.

Мінаков зазначає, що найпомітнішими в термінах культурної дипломатії були освітньо-наукові заходи, зорганізовані спільно українськими та італійськими вченими й освітянами і що впродовж 2014-2016 рр. саме академічна спільнота мала постійно зростаючий вплив через залучення до заходів людей, які впливали на публічну думку Італії. Тут автор виокремлює Італійську асоціацію українців як найактивнішого організатора заходів – її члени були ініціаторами десятків заходів в італійських університетах та публічних установах, де обговорювали як суто наукові теми, так і загальні політичні. Після наукових конференцій 2014-2015 років в університетах Риму, Мілану тощо сприйняття України італійськими науковцями, студентами, ширшої інтелектуальної спільноти стало більш емпатичним, зменшились критичні оцінки Євромайдану порівняно з 2014 роком. На наукові заходи, присвячені пострадянській чи російській тематиці, Італія почала запрошувати експертів з української тематики⁶⁵.

Серед позитивних результатів Мінаков наводить зростання цікавості до України, поява емпатії до українців, збільшення обізнаності щодо України, її суспільства та культури, збільшення схвального ставлення італійської суспільної думки до європейської інтеграції України. Серед негативних результатів він перелічує емоційну втому від війни (емоційна втома зменшує можливості співчуття і готовність значної частини аудиторії не обирати сторону в оцінці подій), а також асоціація України з війною та бідністю, відсутність в італійців прив'язки війни до агресивної політики Кремля. Візове питання і підтримка України у війні станом на 2015 рік залишалися дразливими питаннями⁶⁶. Кількість та якість згадок про Україну в італійських джерелах наведено в додатку А.

⁶⁴ Мінаков М. (2016). Надто м'яка влада: результати української культурної дипломатії в Італії, 2014-2015 рр. Агора, вип. 16, с. 80.

⁶⁵ Там само, с. 79.

⁶⁶ Там само, с. 81.

Після перших кроків в напрямку культурної дипломатії українському уряду та науковцям стало зрозуміло, що без системності у заходах ефективність зусиль не буде значною. Саме тому в 2015 році був створений Департамент публічної дипломатії при Міністерстві закордонних справ України. У 2017 році була створена державна установа «Український інститут», яка отримала повноваження у сфері культурної дипломатії. В 2021 році МЗС ставить акцент на стратегічне планування культурної дипломатії у зв'язку з виходом Стратегії публічної дипломатії Міністерства закордонних справ України 2021-2025. Оскільки просувати культурну дипломатію треба спираючись на особливості кожної країни, в 2020-2021 проходять baseline-дослідження обізнаності громадян інших країн щодо України. На основі цих досліджень були зроблені висновки щодо пріоритетних напрямків просування культурної дипломатії.

У зв'язку з повномасштабною агресією росії, що почалась 24 лютого 2022 року, культурна дипломатія, м'яка сила – це саме те, що схилило світ на нашу користь та допомагає тримати війну на перших шпальтах кожної медіа-агенції.

Ще до війни західні медіа-агенції попереджали про ризик повномасштабної агресії росії⁶⁷. В перший день війни весь світ був шокований, що росія таки розпочала воєнні дії на території всієї України. На той момент багато західних політиків вважали, що Україна – це наступний Афганістан, оскільки російські війська швидко захоплять країну, а воєнні дії перейдуть в партизанський рух. Це підтверджує озброєння, яке передавали нам західні партнери. Одним з ключових факторів, чому Україна вистояла перші тижні війни, – це те, що президент лишився в Україні. Коли західні партнери запропонували евакуювати Володимира Зеленського, той сказав «І

⁶⁷ Генсек НАТО: загроза вторгнення РФ в Україну – реальна, але є й інші ризики. 11.02.2022. Європейська правда. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/news/2022/02/11/7133893>.

need ammunition, not a ride»⁶⁸. Ця фраза вмить облетіла весь світ і стала поворотним моментом у сприйнятті України за кордоном. На мою думку, це означає перехід від жалості до слабкого до поваги до сильного духом. Це було першим сигналом світові, що Україна може захистити себе.

У перший тиждень війни світ ще не був впевнений, як сприймати війну в Україні. Звичайно, більшість країн були шоковані воєнними діями, але поширювані відео з «заблукавшими» російськими солдатами під час навчань збивали з пантелику багатьох політиків і лідерів думок. Сприйняття росії в цей час було розділено на дві сторони: з одного боку, різке засудження президента путіна, з іншого – намагання виправдати громадян росії, в тому числі солдат, оскільки вони лише пішаки і не можуть не підкоритися волі свого президента. Віра в російське громадянське суспільство, що може зупинити війну, була не тільки у країн Заходу, але й в Україні. Заклики вийти на площі міст на протести лунали з кожної соціальної мережі. Крім того, українці відправляли громадянам росії правдиві новини, фотографії з фронтів війни, статистику втрат, прагнучи донести жахіття скоєного. Але ці дії не призвели до жодного відчутного результату, що приводить до думки, що громадяни росії не є впливовими акторами політики, тому їх думку можна сміливо ігнорувати. З іншого боку, такий інформаційний вибух за перші тижні війни змусив громадян рф психологічно задіяти захисну реакцію. Відтак, вони як отримувач комунікації перестали бути цікавими Україні.

Відтак, основними отримувачами комунікації стали іноземні політики та громадяни (крім рф та білорусі). Ефективними виявились меседжі щодо справжнього стану російської армії, щодо героїзму української армії та звичайних громадян, звернення президента Зеленського, посил «надайте нам зброю і ми захистимо себе самі», жарти та меми тощо. Неefективним виявився меседж «закрити небо», оскільки для західних країн це виявилось неможливим з ряду причин.

⁶⁸ Braithwaite S. Zelensky refuses US offer to evacuate, saying 'I need ammunition, not a ride'. 26.02.2022. CNN. URL: <https://edition.cnn.com/2022/02/26/europe/ukraine-zelensky-evacuation-intl/index.html>.

З моменту вторгнення стали іконічними відео з острова Зміїного, де українські прикордонники дали гідну відповідь російському військовому кораблю⁶⁹, жінки з Херсонщини, яка рекомендує окупантам покласти насіння в кишеню, щоби на місці їхніх трупів проросли соняхи⁷⁰, численні відео, де трактори вивозять російські несправні танки⁷¹, численні історії та міські легенди (про те, як вкрали танк, чи про привида Києва). Ці історії змогли донести до західного читача/ глядача, що українці гідно, мужньо та з гумором стоять на захисті Батьківщини, що ніхто з пересічних громадян не буде йти на поступки агресора. Ці історії змогли переконати західних політиків постачати важке озброєння до України, а пересічних громадян – що українці сильні духом, готові захищатися, а тому справа цих громадян – допомогти українцям, що знаходяться у скрутному стані.

Ба більше, вислів про російський військовий корабель став неофіційним гаслом війни⁷². Він звучав на протестах у містах по всьому світу. Відео набирає мільйони переглядів на платформі YouTube. Укрпошта випустила марку з цим висловом, ціна на цю марку зросла до 2800 доларів (2200 євро) на міжнародному торговому майданчику eбай⁷³. Окрім того, відео з українськими тракторами, що тягнуть танк, поширив на своїй сторінці навіть член Парламенту Сполученого Королівства Джонні Мьорсер⁷⁴. Історія ж про

⁶⁹ 'Go fuck yourself', Ukrainian soldiers on Snake Island tell Russian ship – audio. 25.02.2022. Guardian. https://www.youtube.com/watch?v=6Y2iVHUMZhg&ab_channel=GuardianNews.

⁷⁰ Sharma S. Brave Ukrainian woman tells Russian soldier: 'Put sunflower seeds in your pocket so they grow when you die'. 25.02.2022. Independent. URL: <https://www.independent.co.uk/news/world/europe/ukraine-russia-soldier-woman-confrontation-b2022993.html>.

⁷¹ Chaturvedi A. Ukrainian Farmer "Steals" Russian Tank Using Tractor, Internet Delighted. 01.03.2022. NDTV. URL: <https://www.ndtv.com/world-news/ukrainian-farmer-steals-russian-tank-using-tractor-internet-delighted-2796370>.

⁷² Bonos L. Ukraine is fighting back, one swear word at a time. 04.03.2022. The Washington Post. URL: <https://www.washingtonpost.com/lifestyle/2022/03/04/ukraine-russian-warship-swear>.

⁷³ Марки «русский военный корабль, иди...» розкупили у відділеннях Укрпошти. Їх продаватимуть онлайн. 21.04.2022. Західний полюс. URL: <https://z-polus.info/novyny/ukraintsi-vishikuvalisya-v-chergu-za-mark>.

⁷⁴ Johnny Mercer. Офіційний пост у Twitter. 27.02.2022. URL: https://twitter.com/JohnnyMercerUK/status/1498027274683174913?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1498045801754361860%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%

Привида Києва настільки зачепила японців, що вийшла манга про пригоди Привида Києва, що висвітлює події війни⁷⁵.

Окрім того, окремою темою стає питання активності міжнародних компаній в росії. Оскільки вони платять податки в бюджет країни-агресора, вони є спонсорами війни. З цього повідомлення почалась інформаційна кампанія, метою якої було зупинка діяльності міжнародних компаній в росії. Частина компаній з іноземним капіталом вийшла, оскільки не хотіла спонсорувати війну та отримувати криваві прибутки, частина компаній вийшла під тиском громадських активістів, ще частина компаній згодом вийшла через проблеми з логістикою чи тому, що боялась потрапити під санкції країн Заходу. Перші дві причини і є тією м'якою силою. Міжнародний бізнес не хотів стояти плечем до плеча з країною-вбивцею; рф втратила свою м'яку силу.

На другий тиждень війни, 9 березня польський журналіст Філіп Хайзер помічає, що Європа продовжує торгувати з росією та білорусією незважаючи на війну⁷⁶. З 12 березня починаються бойкоти на кордоні Польщі та білорусі з метою перешкодити експорту та транзиту європейських товарів до білорусі⁷⁷. Згодом до цієї акції долучилась велика кількість волонтерів з різних країн та спільними зусиллями спромоглись досягти заборону сухопутного перевезення товарів з країн ЄС до країн-агресорів⁷⁸.

5Es2_&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.ndtv.com%2Fworld-news%2Fukrainian-farmer-steals-russian-tank-using-tractor-internet-delighted-2796370

⁷⁵ Коваль Н. Привид Києва тепер і в японському коміксі. 24.05.2022. Тиктор Медіа. URL: <https://tyktor.media/novyny/pryvud-kyieva-v-iaponskomu-komiksi>.

⁷⁶ Niemcy dostarczają do Rosji sprzęt przez Polskę?! Filip Chajzer w furii. Co oni wiozą? "Wojennaja tajna". 09.03.2022. SuperExpress, Grupa ZPR Media. URL: <https://www.se.pl/wiadomosci/polityka/niemcy-dostarczaja-do-rosji-sprzet-przez-polske-filip-chajzer-w-furii-apeluje-do-rzadu-aa-ajrS-rdNF-3trN.html>.

⁷⁷ Котенський А. Польська поліція розігнала активістів, які блокували російські та білоруські фури. 14.03.2022. Львівський портал. URL: <https://portal.lviv.ua/news/2022/03/14/polska-politsiia-rozihnala-aktyvistiv-iaki-blokuvaly-rosijski-ta-biloruski-fury>.

⁷⁸ Council Decision (CFSP) 2022/579 of 8 April 2022 amending Decision 2012/642/CFSP concerning restrictive measures in view of the situation in Belarus and the involvement of Belarus in the Russian aggression against Ukraine. URL: <https://eur-lex.europa.eu/eli/dec/2022/579/oj>.

Точкою неповернення стала картина, що відкрилася після звільнення від російської окупації Київської області – міст Буча, Гостомель, Ірпінь, Бородянка тощо. Звірства, вбивства, тортури, гвалтування, що їх вчинили окупанти вразили всю міжнародну спільноту. Ці міста Київської області відвідали Президент Єврокомісії Урсула фон дер Ляєн, Високий представник ЄС Жозеп Боррель, президенти Євроради, Словаччини, посли США, Сполученого Королівства, канцлер Австрії, президент Стортингу Королівства Норвегія, керівники парламентів Чехії та Польщі, прем'єр-міністр Болгарії, Фінляндії, Португалії, глави МЗС Естонії, Литви та Латвії, Франції, Німеччини, Північної Македонії, спікери парламенту Молдови, Грузії, Північної Македонії, Румунії та Швейцарії, Ірландії, міністр оборони Естонії, Єврокомісар з кризового менеджменту, конгресмени США.

Реакції іноземних делегацій були такими.

Французький депутат Жак Ле Ней закликав своїх колег в ПАРЄ чинити весь можливий тиск на Росію, аби змусити її припинити війну: «Гнів, шок та повна підтримка України у ПАРЄ[...]. Ми були вражені ступенем руйнувань та жорстокості російської армії. І ще більшим був шок від того, що ми побачили вторгнення та війну, розв'язану членом Ради Безпеки ООН»⁷⁹.

Міністр закордонних справ Франції Катрін Колонна: «Буча – символ злочинів російської армії проти людяності. Закатовані мирні жителі, численні випадки руйнувань житлової інфраструктури і мародерства росіян – те, що світ ніколи не має забути»⁸⁰.

Посол Польщі Бартош Ціхоцький: «Мені здається, що росіяни продемонстрували свою «культуру» в Бучі, Ірпені та інших містах»⁸¹.

⁷⁹В. Власенко. Гнів, шок та повна підтримка України у ПАРЄ. 28.04.2022. Deutsche Welle. URL: <https://www.dw.com/uk/hniv-shok-ta-povna-pidtrymka-ukrainy-u-parie-a-61620268/a-61620268>

⁸⁰Глава МЗС Франції відвідала Бучу - «світ ніколи не має забути». 30.05.2022. Укрінформ. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-uarazom/3495607-glava-mzs-francii-vidvidala-bucu-svit-nikoli-ne-mae-zabuti.html>.

⁸¹росіяни продемонстрували свою «культуру» в Бучі, Ірпені та інших містах – посол Польщі. 10.06.2022. Укрінформ. <https://www.ukrinform.ua/rubric-culture/3504020-rosiani-prodemonstruvali-svou-kulturu-v-buci-irpeni-ta-insih-mistah-posol-polsi.html>.

Президент Європейської комісії Урсула фон дер Ляєн на прес-конференції з президентом України Володимиром Зеленським у Києві: «Я сьогодні розпочала день із відвідування Бучі, тому що, перебуваючи в Бучі й побачивши на власні очі те, що сталося, я можу сказати, що наша людяність отримала виклик у Бучі. Весь світ тепер голосує за те, щоб виключити Росію із Ради з прав людини. Це виклик всьому світовому співтовариству, і це вирішальний момент. Це момент, коли нам треба думати і боротися, намагаючись отримати відповідь на запитання: переможуть ці жахливі руїни чи переможе наша людяність, домінуватиме автократія чи демократія, право сили чи правовладдя. Ось що стоїть на кону у цій війні»⁸².

Президент Стортингу Королівства Норвегія Масуд Гарахані: «Ми маємо допомогти Україні перемогти у цій війні, зупинити російську агресію і насильство. Йдеться про те, які цінності ми хочемо бачити у майбутньому в Європі, і ці цінності – свобода, демократія, незалежність»⁸³.

Це лише декілька заяв, зроблених на фоні відвідування Бучі, але в них читається різке засудження дій росії, втрата росією своїх позицій та м'якої сили в Європі, відданість країн Європи гуманістичним, європейським цінностям та підтримка України з метою недопущення повторення такої трагедії. З цього можна зробити висновок, крім усього іншого, що росії з цих пір необхідно витратити неймовірно велику кількість ресурсів на укріплення позицій своїх агентів в Європі, оскільки такий агент впливу буде не просто підтримувати росію, але й йти всупереч громадській думці, європейським цінностям, безпековим питанням, мати непопулярну думку і очорнить собі репутацію на все життя.

Повномасштабне вторгнення росії на територію України кардинально змінило ставлення ще до одного питання. Це питання окремого загону

⁸² Президент Єврокомісії: Те, що сталося у Бучі, - це виклик усьому світовому співтовариству, і це вирішальний момент. 09.04.2022. Interfax. URL: <https://ua.interfax.com.ua/news/general/822573.html>.

⁸³ Ми маємо допомогти Україні перемогти у цій війні – глава парламенту Норвегії. 08.05.2022. Укрінформ. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-politics/3478340-mi-maemo-dopomogti-ukraini-peremogti-u-cij-vijni-glava-parlamentu-norvegii.html>.

спеціального призначення «Азов». З початку створення батальйону «Азов» деякі ЗМІ (особливо російські) та дослідники звинувачували його у зв'язку з неонацистською ідеологією. Російська пропаганда розкручувала тему неонацистів 8 років, що дозволило переконати деякі країни, що «Азов» – це терористична організація. З початку повномасштабного вторгнення РФ відбувається переоцінка наративів, що просувалися російською федерацією. До бійців полку «Азов» почали ставитися як до мужніх захисників Батьківщини та мариупольців. Зокрема, уряд Японії вибачився за внесення полку «Азов» у список терористичних організацій і назвав цей інцидент випадковим⁸⁴.

У Великодньому зверненні президент України сказав, що «всі українці борються за світлу ідею на світлій стороні. [...] світло переможе темряву, добро переможе зло, життя переможе смерть»⁸⁵. Пізніше Володимир Зеленський на спільній прес-конференції з прем'єр-міністром Португалії Антоніу Кошту сказав: «Дуже хочу вірити, що Португалія також буде на стороні світла»⁸⁶. Україна воює на стороні світла проти сил темряви. Ця фраза неодноразово звучала з вуст президента Зеленського і закріпила м'яку силу України. Натомість, кожного разу вона підкреслювала, що росія воює на стороні темряви, і підтримувати її аморально. Такі заяви зводять нанівець будь-які зусилля РФ скористатися своєю м'якою силою, а дипломатію роблять максимально витратною за ресурсами для Росії.

Наостанок, 11 червня 2022 року у столиці Литви Вільнюсі відкрився перший у ЄС Український центр для вимушених переселенців. Культурний осередок створили за ініціативою перших леді двох країн – Олени Зеленської та Діани Науседене. Приміщення для нього надав Університет Вітовта

⁸⁴ Братюк Ю. Японія вибачилась за внесення «Азову» до списку терористичних організацій. 09.04.2022. Zahid.net. URL: https://zaxid.net/yaponiya_vibachilas_za_vnesennya_azovu_do_spisku_teroristichnih_organiza_tsiy_n1540665.

⁸⁵ Президент України Володимир Зеленський звернувся до народу з нагоди світлого свята Великодня. 24.04.2022. UATV. <https://www.facebook.com/watch/?v=369594611748423>

⁸⁶ Зеленський виключає альтернативи статусу кандидата в ЄС для України. 21.05.2022. Європейська правда. <https://www.pravda.com.ua/news/2022/05/21/7347675>.

Великого. За задумом, Український центр стане місцем навчання, профорієнтації, психологічної допомоги, відпочинку для дітей, молоді та дорослих. Тут можна буде залишити малечу на позашкільні заняття, відвідати лекції, освітні курси чи приділити час хобі. Центр також буде майданчиком для культурної дипломатії між країнами, презентуватиме Україну, її культуру та самобутність у Литві, братиме участь в академічній діяльності, тут проводитимуть творчі зустрічі, концерти, інші заходи⁸⁷. Оскільки вимушені переселенці є активними діячами, виходять на протести, марші, просувають українську культуру, на них повернуті очі громадян держав перебування, створення осередку, де можуть вирішуватись нагальні питання і створюватись нові ініціативи, є надзвичайно креативним рішенням, що вписується в сучасні реалії.

⁸⁷ У Вільнюсі відкрився перший у ЄС Український центр для вимушених переселенців. 11.06.2022. Офіс Президента України <https://www.president.gov.ua/news/u-vilnyusi-vidkrivsy-pershij-u-yes-ukrayinskij-centr-dlya-v-75777>.

Висновки до розділу 2

Основи інституційної та законодавчої бази зовнішньої політики України були закладені після набуття Україною незалежності. Після початку Революції Гідності в 2013 році перед Україною з'явилися нові виклики, пов'язані з гібридною війною рф. Це заклало фундамент для культурної дипломатії, яка спрямовувала свою діяльність не тільки на просування української культури, але й на протидію інформаційній війні росії, допомогу українським політв'язням та гуманітарній допомозі. В 2017 році була законодавчо затверджена державна установа «Український інститут», який і став головним актором культурної дипломатії України. Але цих зусиль не було достатньо для просування українських інтересів.

Нове дихання українська м'яка сила отримала після початку повномасштабного вторгнення рф на територію України. Звірства та воєнні злочини російської армії, агресія російських громадян за кордоном, мужність українських захисників та захисниць, пересічних громадян України підірвали м'яку силу рф та змусили майже весь світ встати на підтримку України. Така ситуація неймовірно підняла м'яку силу України, зацікавила іноземців дізнатися більше про нашу країну. Якщо Україну раніше іноземці могли асоціювати зі словами «корупція» та «жертва», то зараз вони асоціюють зі словом «мужність».

Оскільки ще не було досліджень стосовно популярності бренду «Україна», то ми можемо лише робити припущення, наскільки високо ми піднялися у міжнародних рейтингах популярності брендів після початку повномасштабного вторгнення. Але систематична праця теж дається знаки, і до війни Україна змогла піднятися в рейтингу м'якої сили від Brand Finance на 10 щаблів вище, займаючи 51 місце.

РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ УКРАЇНИ

3.1. Аналітична записка «Як реалізувати державну політику культурної дипломатії України»

Автором було підготовлено Аналітичну записку «Як реалізувати державну політику культурної дипломатії України», основні положення якої буде викладено у цьому розділі. Аналітична записка була написана до початку повномасштабного вторгнення росії на територію України, тому деякі пункти втратили свою актуальність.

Замовник: Міністерство закордонних справ України

Мета вирішення проблеми: Соціально-економічний розвиток України.

Рекомендований варіант політики: Розширення кількості акторів культурної дипломатії України, які формують національний бренд.

Відхилені варіанти політики: Збереження чинної політики; Розвиток культурної дипломатії в межах діяльності Міністерства закордонних справ України та Міністерства культури та інформаційної політики України.

Формулювання проблеми. Як реалізувати державну політику культурної дипломатії України.

Замовник аналізу. Міністерство закордонних справ України.

Симптоми проблеми

Глибинна проблема – низька результативність ведення дипломатії у сфері культури.

Симптом проблеми – недостатня підтримка України на міжнародній арені, невеликі обсяги інвестицій, відсутність впізнаваності серед громадян іноземних країн.

Опис симптомів

– Люди швидко втомлюються від новин. Це можна було помітити після першого року з початку збройної агресії росії проти України, в 2015 році.

Тоді вже не тільки на міжнародній арені, але й в середині країни люди почали втомлюватись від «негативних» новин. Саме тому важливо додавати нових сенсів, нові сили в культурну дипломатію, щоби Україна не виходила зі шпальт новин, при чому в позитивному сенсі. Для того, щоби розвивати м'яку силу України, треба чимдуж поширювати українську культуру, при чому робити це обдумано і дотримуючись плану. З часів СРСР Україна спиралась на «жорстку силу», але у сучасному світі «жорсткої» сили недостатньо для реалізації державних інтересів (це доводить Китай, який хоч і є економічно розвинутим, але має негативну репутацію країни, що систематично порушує права людини; росія, яка має ядерну зброю, але яку виключили з більшості спортивних змагань та культурних фестивалів). Саме тому задля максимізації користі від системи міжнародних відносин Україна має розвивати м'яку силу і «підкорювати серця»⁸⁸.

– Через повномасштабну збройну агресію росії, а також епідемію COVID-19 економічні, в тому числі туристичні показники зменшились (зокрема, у кількості іноземців, які в'їхали на територію країни, відбувся спад у 4 рази⁸⁹). Щоби забезпечити сталий розвиток цих показників після нашої перемоги, необхідно стимулювати розвиток м'якої сили, першочергово зайнявшись розвитком національного бренду України та діяльністю у сфері культурної дипломатії.

– Культурна експропріація (неправомірне привласнення культурної спадщини народів) та викрадення культурних цінностей.

– Відсутність впізнаваності та ототожнення українського історичного досвіду та територій із поняттям «російський».

Причинно-наслідкові зв'язки

Причини, що спонукали виникнення проблеми:

⁸⁸ Згідно терміну «м'яка сила», запропонованого Дж. Найємом.

⁸⁹ Статистичні дані щодо перетину українського кордону громадянами інших держав. Державне Агентство Розвитку Туризму. 02.03.2021. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/statistichni-dani-shchodo-peretinu-ukrayinskogo-kordonu-inozemcyami>.

– Наразі, в умовах накопичення російських військ біля кордону України, а також стримання економічного розвитку через окупацію Кримського півострова та військову агресію Російської Федерації на сході України, а також глибоку стурбованість країн ЄС та США і Канади, до «жорсткої» сили привертається увага, але лише військової чи економічної сили недостатньо. Крім того, в Україні немає достатньої економічної сили.

– Ризики, пов'язані з гібридною війною. Інформаційна війна. Культурна експропріація. Вивезення історичних пам'яток з території України.

– Стагнація туризму, який є потенційно прибутковою галуззю економіки.

– Проблеми в комунікації з громадянами України, а також між громадянами України та іноземними громадянами. Кожен громадянин України є актором культурної дипломатії за кордоном. Саме тому важливо формувати правильні повідомлення громадянам України, щоби під час перебування за кордоном вони поширювали м'яку силу України. Перефразовуючи цей пункт, українці за кордоном можуть використовуватись для антиукраїнської пропаганди («з вуст самих українців»).

– Проблема наративів, які транслюються в суспільстві. Занепад україномовної культури в період, який передував російській збройній агресії. Від обраних наративів буде залежати, з якою культурою будуть асоціювати себе громадяни України, особливо молодь. Як наслідок, це може призвести до розмивання національної ідентичності.

Можливі потенційні наслідки:

– Україна є нікому не цікавою. Російська збройна агресія не засуджується на міжнародній арені, бо інші країни вже звикли до окупації українських територій і не хочуть втрачати політичні та економічні зв'язки з росією.

– Об'єктність України в міжнародних відносинах.

– Вся м'яка сила, яку могла б використовувати Україна, буде використовуватися росією – історія, література, музика, їжа тощо.

– Замалі розміри інвестицій з-за кордону (при чому, більшість надана громадянами України), іноземні громадяни не знатимуть, чому треба інвестувати в Україну, та будуть асоціювати її з корупцією.

– Подальше збільшення еміграції з України через негативний інформаційний потік в суспільстві.

– Втрати в туристичній та освітній галузях.

– Розмита національна ідентичність, непопулярність Руху опору.

Чинники середовища, що формують контекст проблеми

Зовнішнє середовище:

– Фізична складова – має помірний вплив.

Демографічні характеристики мають значний вплив – як для населення всередині країни, так і кількість українців, що проживають за кордоном;

Географічні характеристики мають значний вплив – належність України до Європи є важливим фактором розвитку України в цілому, та її сприйняття за кордоном, але з розвитком комунікаційних мереж та засобів зв'язку, а також обмеженнями через пандемію COVID-19 для проведення заходів особиста присутність митців та інших осіб неважлива;

– Політична складова – має найбільший вплив. Можна виділити окремі фактори: російська збройна агресія окупація та Криму, інформаційна війна як компонент гібридної війни тощо.

– Економічна складова – має достатній вплив. Ніщо так не впливає та приваблює країни, як показники легкості ведення бізнесу, наявність вільних робочих місць, високі заробітні плати тощо.

– Соціальна складова – має значний вплив, особливо показники добробуту населення, ВВП на одну особу. Приклад впливовості Китаю доводить, що громадяни інших країн у пошуках роботи готові йти на компроміс стосовно порушення прав людини заради реалізації себе у кар'єрі.

Дотичне середовище:

Достатньо чисельне та впливове.

Підстави для державного втручання

Неефективність виробництва й розподілу (інформації та культурного продукту). Культурний продукт, повідомлення та наративи не охоплюють всієї культурної та освітньої сфери, у зв'язку з чим необхідне державне втручання. Крім того, через недостатнє інформування наші партнери можуть схилитися до джерел інших країн, що може їх зробити заручником неправдивої інформації.

Організовані заінтересовані групи – аналіз стейкхолдерів представлені у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1. Консультації.

Організовані заінтересовані групи – аналіз стейкхолдерів

Стейкхолдер	Заінтересованість	Значимість	Впливовість	Можлива роль
Цільова група				
1. Неурядові організації в сфері культури, освіти або комунікації	4	3	3	3
2. Волонтери в сфері культури, освіти або комунікації	3	2	1	2
3. Працівники культурної сфери	4	4	4	4
4. Працівники освіти	4	2	2	3
5. Організації української діаспори за кордоном	4	4	4	4
Група непрямого впливу				
1. Працівники провідних галузей України, як-от ракетобудівництво	4	4	3	4
2. Виробники товарів, супутніх до галузі освіти та культури, друкарні	4	1	1	2
3. Туристичні асоціації	2	3	2	2
4. Компанії, що займаються пасажирськими перевезеннями, логістичні компанії	2	2	2	2
Група потенційного впливу				
1. Блогери	2	3	4	3
2. Медіа компанії	3	4	4	4

Стейкхолдер	Заінтересованість	Значимість	Впливовість	Можлива роль
3. Конкуруючі компанії країни-агресора та прихильні до них українські компанії	0	3	4	3
Група з вагомим авторитетом				
1. Інвестори	2	4	4	3
2. Бізнес-асоціації	3	4	4	4
3. Політичні партії	3	2	2	2
Експерти				
1. Світовий Банк	3	4	4	4
2. ЄБРР	3	4	4	4
3. Організації, що вираховують м'яку силу	1	4	3	3
Групи, що виявляють інтерес				
1. Міжнародні організації	4	4	4	4
2. Громадські організації культурно-освітнього спрямування	4	3	4	4

Заінтересовані органи влади:

Міністерство закордонних справ України, Міністерство культури та інформаційної політики України, Міністерство освіти і науки України, Міністерство молоді та спорту України, Державне агентство розвитку туризму, Державний комітет телебачення та радіомовлення України, місцеві органи влади: ОТГ, міські ради тощо.

Ставлення громадськості

– вплив збереження чинної політики на неорганізовані групи населення та їхню можливу реакцію: населення стає вразливим стосовно неправдивої інформації в медіа, стає ідеальною мішенню для пропаганди;

– інструменти впливу на ці групи та залучення їхніх представників до вирішення проблеми: постійне форсування повідомлень та наративів, які неорганізовані групи населення зможуть форсувати для просування позицій України на міжнародній арені.

Опис обмежень

Ресурси політики (inputs): правових, майнових, людських ресурсів, ресурсу довіри є в достатку.

Основними обмеженнями або необхідними ресурсами для реалізації політики, є:

– Фінансовий ресурс. Для створення нових інституцій або нових підрозділів у складі МЗС, виплат заробітних плат службовцям необхідний фінансовий ресурс. Залучається шляхом прийняття та реалізації державних цільових програм.

– Інформаційний ресурс. Недостатня здатність до сприйняття і опрацювання зовнішньої інформації органів влади у повному обсязі. Існує загроза розповсюдження фейків та ворожих наративів, що є викликом для інформаційної безпеки країни;

– Координаційний ресурс. Здатність учасників політики взаємодіяти з політико-адміністративними структурами і виробляти спільні уявлення про таку діяльність є недостатньою;

– Ресурс примусу. Для діяльності МЗС властивий лише один інструмент примусу – санкції, інші інструменти не властиві для двох- і багатосторонніх міжнародних відносин;

– Часовий ресурс. Недостатня швидкість до сприйняття і опрацювання інформації органами влади, узгодження консолідованої позиції стосовно надзвичайних подій займає багато часу.

– Ресурс більшості.

Неспроможністю влади в сфері формування національного бренду та культурної дипломатії є:

– недостатня поінформованість;

– обмежені механізми впливу на приватний сектор, недостатня комунікація з іноземними громадянами та громадянами України;

– обмежені можливості інститутів громадянського суспільства щодо контролю над владними структурами;

– рентоорієнтована поведінка суб'єктів політики, лобіювання владних рішень групами спеціальних інтересів, взаємна підтримка політиками один одного.

– зменшення обсягів фінансування.

Моделювання проблеми

Мета вирішення проблеми: соціально-економічний розвиток України.

Очікувані результати.

Перелік показників результативності представлено у таблиці 3.2.

Таблиця 3.2. Перелік показників результативності

№	Ціль	№	Індикатор
1	Промоція туризму в Україні	1.1	Кількість іноземних громадян, які відвідали Україну в окремому році, осіб
		1.2	Витрати одного туриста під час перебування в Україні, середній розмір чеку, долари США
2	Впізнаваність України	2.1	Кількість публікацій про Україну в закордонних ЗМІ, одиниць.
		2.2	Кількість запитів за рік про Україну в пошукових системах, одиниць.
		2.3	Elcano Index of Global Presence, місце
3	Ознайомлення світу з українською культурою	3.1	Кількість культурних заходів, проведених або в яких брали участь закордонні дипломатичні установи України, кількість заходів (з обов'язковим зазначенням якісних показників)
		3.2	Кількість учасників цих заходів, осіб.
4	Розвиток м'якої сили	4.1	Global Soft Power Index, місце
5	Економічні показники	5.1	ВВП, грн
		5.2	Обсяги прямих іноземних інвестицій, отриманих українськими підприємствами в окремому році, млн грн
6	Соціальні показники	6.1	ВВП на одну особу, грн/особа

Перелік цільових індикаторів представлено у таблиці 3.3.

Таблиця 3.3. Перелік цільових індикаторів

Індикатори	Цільові значення індикаторів
Кількість культурних заходів, проведених або в яких брали участь закордонні дипломатичні установи України, кількість заходів (з обов'язковим зазначенням якісних показників)	передбачити збільшення на 20% (з урахуванням якісних показників, ставка не повинна бути лише на кількість, але й на якість таких заходів)
Кількість учасників цих заходів, осіб.	В середньому 5 тис. осіб
Global Soft Power Index, місце	піднятися на 20 місце
ВВП, US\$	Збільшення на 5 мільярдів US\$ кожного року до 2025 р. (станом на 2021 р. ВВП становить 155,6 мільярда US\$)
Обсяги прямих іноземних інвестицій, отриманих українськими підприємствами в окремому році, млн \$	Зріст на 2000 млрд \$ кожного року до 2025 р. (станом на 2021 р. загальний обсяг іноземних інвестицій складає 5446 млрд \$) ⁹⁰
ВВП на одну особу, грн/особа	Збільшення на 10% кожного року до 2025 р. (станом на 2020 р. ВВП на одну особу становить 100432,5 грн/ос)

3.2. Формулювання варіантів політики

Варіант 1: Збереження чинної політики

Опис інструментів чинної політики.

– Питання культурної дипломатії вирішується в межах повноважень МЗС;

– Інститути громадянського суспільства вирішують проблеми, які не входять в сферу повноважень МЗС.

Переваги збереження чинної політики.

– Адміністративна здійсненність (всі підрозділи МЗС є діючими).

⁹⁰ Гмирін А. Прямі інвестиції в Україну: "рекордні за останні роки" чи "низькі"? Економічна правда. – 30.11.2021. – URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2021/11/30/680215/>.

– Політична здійсненність.

Недоліки збереження чинної політики

– Несформований культурний образ України.

– Система органів державної влади і громадських інститутів відіграє надмірно пасивну роль.

– Не охоплює наявну систему акторів міжнародних відносин (варіант націлений лише на державу та міжнародні організації як актора).

– Обмеженість бюджетного фінансування, малочисельність штату, відсутність фахівців із культурного менеджменту.

– Недостатня зацікавленість інших державних відомств.

– Відсутні аналіз та прогнозування роботи інформаційно-культурних центрів, суто представницький характер діяльності таких центрів, особиста незацікавленість до культурних та інших проектів працівників таких центрів, діяльність таких центрів при посольстві України в російській федерації та при консульстві України в Санкт-Петербурзі не допомогла знайти прихильність росіян і відвернути війну.

Варіант 2: Розвиток культурної дипломатії в межах діяльності МЗС та Мінкульту.

Завдання й заходи з реалізації варіанта

– Представницьку функцію несе МЗС.

– Розвитком культурної дипломатії займається Український Інститут.

– Український Культурний Фонд займається фінансовою підтримкою культурних проектів.

– Формування народної моделі публічної і культурної дипломатії.

– Посилення кадрового потенціалу та розширення завдань і функцій культурно-інформаційних центрів у складі закордонних дипломатичних установ України.

Потенційні переваги варіанта

– Більше охоплення акторів міжнародних відносин, поширює вплив на громадян України та іноземних громадян.

– У співпраці з Міністерством культури та інформаційної політики та іншими центральними органами влади можна реалізувати набагато якісніші проекти.

– В культурній дипломатії задіяні професійні кадри з досвідом координації культурних програм.

Потенційні недоліки варіанта

– Недостатньо якісна комунікація між Міністерством закордонних справ та іншими органами влади, наприклад, з Міністерством культури та інформаційної політики, яка проявляється в неякісній реалізації або довгих термінах виконання культурних проектів.

– Обмеженість бюджетного фінансування, збільшення витрат на Український інститут.

– Недостатня залученість громадських акторів міжнародних відносин, як-от закордонних студентів чи блогерів.

– Недостатня ефективність діяльності інших органів центральної влади в сфері міжнародних відносин.

Варіант 3: Розширення кількості стейкхолдерів культурної дипломатії України, які формують національний бренд

Завдання й заходи з реалізації варіанта

– Проведенням культурної дипломатії займаються Український Інститут, закордонні дипломатичні установи України.

– Український Культурний Фонд займається фінансовою підтримкою культурних проектів.

– Заохочення до активного формування народної моделі публічної і культурної дипломатії.

– Залучення всіх акторів міжнародних відносин, налагодження недержавних інституцій, які б об'єднували та покращували комунікацію в діяльності, пов'язаною з міжнародними відносинами.

– Фінансування Українським Культурним Фондом блогерів, які висвітлюють Україну в позитивному дусі.

Потенційні переваги варіанта.

- Системність та стратегічне планування культурної дипломатії.
- Активність недержавних акторів.
- Дозволяє давати консолідовану відповідь з позицій України.
- Проникнення наративів та необхідних меседжів в сфері життя, які були недоступні раніше.
- Дозволяє виконувати заходи варіанту 2 за менших витрат (за рахунок аутсорсінгу на недержавні організації).
- Недостатня ефективність діяльності інших органів центральної влади в сфері міжнародних відносин перекривається ефективною діяльністю та лобіюванням недержавних організацій.

Потенційні недоліки варіанта.

- Залежить від активності громадянського суспільства.
- Залежить від ефективності інших реформ в Україні, наприклад, судової.

Порівняння варіантів політики

Методи порівняння варіантів політики.

У таблицях 3.4-3.8 розглянуто критерії оцінювання політики та оцінено варіанти результативності, ефективності, справедливості, політичної, адміністративної здійсненності.

Таблиця 3.4. Результативність

Критерій оцінювання	Оцінка варіанта політики		
	Збереження чинної політики	Варіант 2	Варіант 3
Імовірність досягнення мети	1	2	3
Тривалість досягнення мети	1	2	3
Кількість громадян, які відвідали Україну в окремому році	1	2	3

Розміри інвестицій, отриманих українськими підприємствами в окремому році	1	2	3
Сумарна оцінка:	4	8	12

Таблиця 3.5. Ефективність

Об'єкт впливу	Якісний опис варіанта політики					
	Збереження чинної політики		Варіант 2		Варіант 3	
	вигоди	витрати	вигоди	витрати	вигоди	витрати
Держава	3	1	1	2	2	3
Бізнес	1	2	2	1	3	3
Громадяни	1	3	2	2	3	1
Рейтинг:	-1 (3)		0 (2)		1 (1)	

Таблиця 3.6. Справедливість

Ознака ⁹¹	Нерівність у розподілі вигід/витрат порівняно зі збереженням чинної політики ⁹²	
	Варіант 2	Варіант 3
Наявність громадянства	0	+
Місце проживання	+	+
Рівень доходів	0	+
Регіони світу	+	++
Сумарна оцінка:	2+	5+

Таблиця 3.7. Політична здійсненність

⁹¹ У цьому стовпчику наводять ознаки, самостійно виокремлені для проблеми, що аналізується.

⁹² "+" – збільшення, "-" – зменшення, "0" – незмінність. Elcano Global Presence Index Ukraine. Elcano Royal Institute. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://explora.globalpresence.realinstitutoelcano.org/en/country/iepg/global/UA/UA/2020>.

Критерій оцінювання	Якісний опис варіанта політики		
	Збереження чинної політики	Варіант 2	Варіант 3
Відповідність пріоритетним завданням уряду	2	3	1
Імовірність політичної підтримки	3	2	1
Ставлення громадськості	1	2	3
Ставлення впливових груп інтересів	3	2	1
Відповідальність за рішення	3	2	1
Рейтинг:	12 (1)	11 (2)	7 (3)

Таблиця 3.8. Адміністративна здійсненість:

Критерій оцінювання	Якісний опис варіанта політики		
	Збереження чинної політики	Варіант 2	Варіант 3
Наявність нормативно-правової бази	3	2	1
Імовірність реалізації за чинних адміністративних умов	3	2	1
Достатність фінансових ресурсів	3	2	1
Інтерес службовців у впровадженні політики	2	3	1
Рейтинг	11 (1)	9 (2)	4 (3)

У таблиці 3.9 порівнюємо варіанти політики за розглянутими вище критеріями.

Таблиця 3.9. Порівняння варіантів політики

Критерій порівняння	Збереження чинної політики	Варіант 2	Варіант 3
Результативність	1	2	3
Ефективність	1	2	3
Справедливість	1	2	3
Адміністративна здійсненність	3	2	1
Політична здійсненність	3	2	1
Сумарна оцінка:	9	10	11

Варіант 3 є найбільш ефективним для реалізації культурної дипломатії України.

3.3. Реалізація рекомендованого варіанта політики.

Рекомендований варіант політики.

Розширення кількості акторів культурної дипломатії України, які формують національний бренд.

Реалізація політики.

– Внести правки до Стратегії публічної дипломатії Міністерства закордонних справ України на 2021-2025 роки у частині стосовно індикаторів та запропонувати критерії результативності, які можна виміряти;

– Внести правки до Положення «Про культурно-інформаційний центр у складі закордонної дипломатичної установи України» у частині стосовно їх повноважень, матеріально-технічної бази, кількості штату службовців;

– Створити окрему організацію, яка б займалася моніторингом, консультацією та покращенням життя іноземців в Україні, захистом їх прав.

– Налагодити партнерство Міністерства закордонних справ та закладів вищої освіти;

– Організація конкурсів Українського інституту для галузевих блогерів стосовно ознайомлення іноземної аудиторії з Україною;

– Створення грантової програми для навчання іноземців;

– Проведення досліджень та моніторингу ситуації у галузі культурної дипломатії України

– Виділення коштів на утримання закордонних культурних центрів, медіа-агентств, замовлення публікацій матеріалів про Україну в популярних журналах, контракти з видавництвами.

Створення підтримки рекомендованому варіанту.

Комунікативні цілі.

– Поінформувати цільові групи стосовно розширення кола акторів політики.

– Заручитися розумінням широкої громадськості та спонукати їх активність в створенні недержавних організацій в сфері культурної дипломатії.

– Закласти необхідні цінності для широкого загалу, які вони зможуть ретранслювати.

Ключові повідомлення.

– В умовах інформаційної війни треба оперативно надавати консолідовану відповідь на інформаційні загрози та надзвичайні ситуації від імені України, а також попереджувати такі загрози на всіх рівнях (не тільки на офіційному, але й у повсякденному житті);

– Збільшення впізнаваності України на міжнародній арені необхідне для збільшення інвестицій в Україну, що в свою чергу покращить соціально-економічний добробут громадян України.

Групи інтересів, на які вплине реалізація політики.

Цільові групи:

1. Неурядові організації в сфері культури, освіти або комунікації - зауваження щодо недостатніх витрат, але загалом підтримають.

2. Волонтери в сфері культури, освіти або комунікації – позитивний вплив.

3. Працівники культурної сфери – позитивний вплив, всіляко підтримають.

4. Працівники освіти – позитивний вплив, але необхідна роз’яснювальна робота.

5. Організації української діаспори за кордоном – позитивний вплив, всіляко підтримають.

Група непрямого впливу:

1. Працівники провідних галузей України, як-от ракетобудівництво – позитивний вплив, отримують замовлення з-за кордону.

2. Виробники товарів, супутніх до галузі освіти та культури, друкарні – хоча можуть чинити опір змінам, але матимуть позитивні зрушення та прибутки.

3. Туристичні асоціації - хоча можуть чинити опір змінам, але матимуть позитивні зрушення та прибутки.

4. Компанії, що займаються пасажирськими перевезеннями, логістичні компанії – через велику бюрократичну структуру можуть чинити опір змінам, але матимуть позитивні зрушення та прибутки.

Група потенційного впливу:

1. Блогери – позитивний вплив, будуть всіляко просувати необхідні повідомлення та наративи, сприяють впровадженню варіанта політики.

2. Медіа компанії - позитивний вплив, інструмент просування необхідних повідомлень та наративів.

3. Конкуруючі компанії країни-агресора та прихильні до них українські компанії – негативний вплив, дуже великий вплив мають, мають великі ресурси. Всіляко перешкоджатимуть впровадженню варіанта політики.

Група з вагомим авторитетом:

1. Інвестори – загалом будуть скептичні стосовно змін, тому тут необхідна роз’яснювальна робота.

2. Бізнес-асоціації – загалом позитивний вплив, оскільки бізнес буде шукати розширення з метою отримання прибутку, сприяють впровадженню варіанта.

3. Політичні партії – тут немає спільної узгодженої думки, але вони є впливовими стейкхолдерами, з якими треба проводити ознайомчу діяльність. Деякі партії чинитимуть опір, деякі партії будуть сприяти впровадженню варіанта політики.

Експерти - Світовий Банк, ЄБРР, організації, що вираховують м'яку силу – мають великий вплив стосовно наукової оцінки та моніторингу індикаторів, сприяють впровадженню варіанта.

Групи, що виявляють інтерес

1. Міжнародні організації – мають великий позитивний вплив, сприяють впровадженню варіанта.

2. Громадські організації культурно-освітнього спрямування - мають великий позитивний вплив.

Методи та способи інформування

Комунікація відбуватиметься згідно з Комунікаційною стратегією МЗС.

Для соціальної групи «широка громадськість»:

- 1) фокус-групи;
- 2) експрес-опитування;
- 3) анкетування;
- 4) е-консультації;
- 5) дослідження громадської думки.

Для представників бізнес-структур та бізнес-асоціацій:

- 1) Індивідуальні консультації;
- 2) Опитування;
- 3) Конференції;
- 4) Семінари.

Для Інститутів громадського суспільства, експертного й академічного середовища та міжнародних організацій:

- 1) консультативні (дорадчі) групи;
- 2) круглі столи;
- 3) відкритий простір;

- 4) панельна дискусія;
- 5) експертна оцінка;
- 6) форуми;
- 7) засідання наглядових рад та зборів.

Звіт про результати досліджень громадської думки буде оприлюднено на веб-сайті Українського інституту.

Канали комунікації з громадськістю, іншими стейкхолдерами відбуватиметься через веб-сайт Міністерства закордонних справ, Українського Інституту, а також через офіційні акаунти цих інституцій в Твіттері та Фейсбуці.

Фінансове забезпечення

Фінансове забезпечення відбуватиметься за рахунок коштів державного бюджету для цільової програми, яка відповідає за комунікацію діяльності Міністерства закордонних справ.

Рекомендації щодо подальших дій

Першочерговим завданням є внесення правок до нормативно-правових документів. Наступним кроком є планування програми дій для установ. Потретьє, необхідна реєстрація необхідних для культурної дипломатії недержавних організацій. Четвертим кроком є налагодження зв'язків між стейкхолдерами та постановка СМАРТ-цілей для кожної окремої задачі. Надалі необхідне проведення моніторингу та оцінювання проміжних результатів за критеріями inputs, outputs, outcomes, impact.

3.4. Практичні рекомендації.

Функції культурної дипломатії.

Організаційно-правовий механізм має реалізовувати функції культурної дипломатії. Розглянемо функції у таблиці нижче (рис. 3.1).



Рис 1. Функції культурної дипломатії (Запропоновано автором)

Інформативна функція має на меті надання правдивої та актуальної інформації стосовно України. Реалізовувати цю функцію мають такі стейкхолдери, як ВРУ, МЗС, Закордонна дипломатична установа України (посольство або консульство), українська діаспора, іноземні медіа, іноземні вищі навчальні заклади, бібліотеки, лідери громадських думок. Юридичним підґрунтям є наступні нормативно-правові акти: положення «Про дипломатичну службу», договори надання послуг, договори про співпрацю.

Комунікативна функція має на меті сприяння комунікації між людьми, що потенційно впливає на залучення інвестицій, вихід на ринки України або країни-перебування, утворення взаємовигідних знайомств, співпрацю та розвиток науки. Створенням майданчиків для комунікації мають займатися наступні стейкхолдери: МЗС, Культурний центр при закордонній дипломатичній установі України, українські бізнес-кола, бізнес-кола країни перебування, вищі навчальні заклади. Юридичним підґрунтям для діяльності є Закон України «Про захист іноземних інвестицій на Україні»⁹³, «Про

⁹³ Закон України «Про захист іноземних інвестицій на Україні». Відомості Верховної Ради України, 1991, № 46, ст.616. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1540%D0%B0-12#Text>.

інвестиційну діяльність»⁹⁴, «Про державну підтримку інвестиційних проєктів зі значними інвестиціями в Україні»⁹⁵ («закон про інвестнянь»), «Про внесення змін до деяких законів України з метою усунення випадків ухилення окремих підприємств, створених за участю іноземних інвесторів, від сплати податків, зборів (обов'язкових платежів)»⁹⁶, «Про усунення дискримінації в оподаткуванні суб'єктів підприємницької діяльності створених з використанням майна та коштів вітчизняного походження»⁹⁷, а також законодавчі акти №3761 і №3762, що передбачають зміни до Податкового та Митного кодексів в частині оподаткування суб'єктів господарювання, які реалізують масштабні інвестиційні проєкти, а також митного оформлення устаткування, необхідного для їх втілення.

Освітня функція має кінцевою метою створення мережі адвокатів бренду Україна, експертів стосовно питань, пов'язаних з Україною. Це відбувається через отримання освіти у сфері українознавства та української філології. Стейкхолдерами є ВРУ, МЗС, Міністерство освіти і науки України, Національна комісія зі стандартів державної мови, Державна міграційна служба, Культурний центр при закордонній дипломатичній установі України, вищі навчальні заклади України, друкарні, українська діаспора, іноземні медіа, іноземні вищі навчальні заклади, державні та приватні освітні заклади з навчальними програмами «Українська мова як іноземна», 035 "Філологія" (спеціалізація 035.01 "Українська мова та література"), Асоціація укладачів мовних тестів (ALTE), іноземці, що стоять в черзі на отримання українського

⁹⁴ Закон України «Про інвестиційну діяльність». Відомості Верховної Ради України, 1991, № 47, ст.646. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1560-12#Text>.

⁹⁵ Закон України «Про державну підтримку інвестиційних проєктів зі значними інвестиціями в Україні». Верховна Рада України, 2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1116-20#Text>.

⁹⁶ Закон України «Про внесення змін до деяких законів України з метою усунення випадків ухилення окремих підприємств, створених за участю іноземних інвесторів, від сплати податків, зборів (обов'язкових платежів)». Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2002, N 15, ст.100. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2899-14#Text>.

⁹⁷ Закон України «Про усунення дискримінації в оподаткуванні суб'єктів підприємницької діяльності створених з використанням майна та коштів вітчизняного походження». Відомості Верховної Ради України, 2000, № 12, ст.97. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1457-14#Text>.

громадянства, іноземці, що вивчають українську мову. Юридичним підґрунтям є Закон України «Про забезпечення функціонування української мови як державної»⁹⁸, договори про співпрацю в галузі освіти.

Пізнавальна функція має на меті зацікавлення іноземної аудиторії, отримання базових знань про Україну. Тут ми маємо зацікавити головним чином, таку групу споживачів культурної дипломатії, як туристи, а також тих, хто отримує базові знання про Україну. Головними стейкхолдерами є ВРУ, МЗС, Український інститут, Культурний центр при закордонній дипломатичній установі України, вищі навчальні заклади України, друкарні, українська діаспора, іноземні медіа, іноземні вищі навчальні заклади, бібліотеки, музеї, виставкові центри, лідери думок.

Правозахисна функція дозволяє здійснювати захист інтересів громадян України. Стейкхолдерами є консульські установи та закордонні дипломатичні представництва України, а також правозахисні організації. Юридичним підґрунтям є Консульський Статут України⁹⁹, а також договори про надання послуг.

Захист культурної спадщини України має на меті повернення викрадених пам'яток культури – так звану реституцію культурної спадщини. Стейкхолдерами є Міністерство культури та інформаційної політики України, Міністерство Закордонних Справ, Генеральна прокуратура, музеї, Спілки юристів. Юридичну базу складають такі міжнародні договори, як: Перша і Друга Гаазька Конвенція, Конвенція ЮНЕСКО про захист культурних цінностей у випадку збройного конфлікту 1970 року, Конвенція Міжнародного інституту з уніфікації приватного права про викрадені або нелегально вивезені культурні цінності 1995 року, Угода про повернення культурних цінностей країнам їх походження (11 держав-членів СНД, 14

⁹⁸ Закон України «Про забезпечення функціонування української мови як державної». Відомості Верховної Ради, 2019, № 21, ст.81. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2704-19#Text>.

⁹⁹ Консульський Статут України. Затверджений Указом Президента України від 2 квітня 1994 року №127/94 «Про Консульський статут України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/127/94#Text>.

лютого 1992). Національне законодавство складається з Конституції України (ст. 11, 53, 54, 56, 66)¹⁰⁰, Законів України «Про ввезення, вивезення та повернення культурних цінностей»¹⁰¹ та «Про музеї та музейну справу»¹⁰².

Ланцюги взаємодії.

З огляду розглянутих в розділі 3.2.1. функцій можна налагодити наступні ланцюжки взаємодії.

Перший ланцюжок – це та взаємодія, яка відбувається в культурних центрах при представництвах України за кордоном. Вони мають декілька функцій:

1) Мати достатньо інформаційних матеріалів, які можна було б використовувати як бібліотеку (інформативна функція). Це охоплює історію та культуру України, а також освітні матеріали з української мови (освітня функція). Таким чином, незалежно від того, чи буде найнятий викладач, чи ні, завжди буде можливість бажаним вивчати українську мову. Стосовно мови матеріалів – українська, англійська та мова країни перебування, причому матеріалів мовою країни перебування має бути 50% або більше (перший рік з моменту формування культурного центру – перехідний, спрямований на переклади матеріалів мовою країни перебування).

2) Крім того, на території культурного центру має бути достатньо площі для воркшопів та проведення презентацій (пізнавальна функція). Таким чином, ми створюємо хаб для зустрічей діаспори та зацікавлених місцевих жителів; це корисно тим, що можна завести знайомства, вигідні для ведення бізнесу (комунікативна функція).

Варто залучити: ВРУ (ухвалення бюджету), МЗС (створення пріоритетів серед країн світу), представництва України за кордоном (власне облаштування культурних центрів), вищі навчальні заклади (переклади інформаційних матеріалів) – як українські, так і країни перебування, друкарні

¹⁰⁰ Конституція України.

¹⁰¹ Закон України «Про ввезення, вивезення та повернення культурних цінностей» 21 вересня 1999

¹⁰² Закон України «Про музеї та музейну справу»

(більш економним варіантом є друкувати в Україні, тим самим стимулюючи вітчизняні друкарні; але при необхідності співпрацювати з місцевими друкарнями), діаспору (проведення воркшопів, допомога з координацією та проведенням заходів).

Підсумовуючи, культурний центр дає нам відповіді на питання, куди звертатися, якщо:

- Я хочу отримати матеріали або коментар стосовно певної події, людини, факту (медіа, приватні особи, викладачі);
- Я хочу розвивати свій бізнес за кордоном, хочу інвестувати в країни, що розвиваються, хочу познайомитися з бізнес-колами України;
- Я хочу вивчати українську мову;
- Я хочу провести вихідні, займаючись чимось новим і цікавим;
- Я хочу зустрітись з новими людьми.

Другий ланцюжок пов'язаний з українською мовою як іноземною. Згідно зі статтею 7 пункту 1 Закону України «Про забезпечення функціонування української мови як державної» з урахуванням рекомендацій Ради Європи з мовної освіти, для набуття громадянства України іноземцям необхідно скласти іспит на рівень володіння державною мовою та отримати результат, що визначений Національною комісією зі стандартів державної мови як не менший за середній рівень першого ступеня (B1)¹⁰³. Проведення іспитів покладено на заклади вищої освіти, визначені Порядком призначення спеціально уповноважених установ (організацій), які проводять іспити на рівень володіння державною мовою. Зручним моментом є те, що такі заклади є в кожній області та в м. Київ.

Залученим органом влади є Кабінет Міністрів України, який «затверджує і забезпечує виконання Державної програми сприяння опануванню державної мови. Відповідно до цієї програми Кабінет Міністрів України вживає заходів для створення та забезпечення діяльності мережі

¹⁰³ Національна комісія зі стандартів державної мови, Рішення №31 «Про затвердження класифікації рівнів володіння державною мовою та вимог до них». Міністерство юстиції України. 16 липня 2021 р. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/re36546?an=1>.

державних, комунальних курсів з вивчення державної мови громадянами України, іноземцями та особами без громадянства, створює умови для розвитку суб'єктів освітньої діяльності, які дають змогу кожній особі опанувати державну мову, в тому числі шляхом неформальної та інформальної освіти»¹⁰⁴.

Стандартування української як іноземної є одним із пріоритетних завдань Національної комісії зі стандартів державної мови:

*«Це завдання ми виконуємо комплексно: по-перше, працюємо над змістом вивчення, викладання, оцінювання української як іноземної і вже затвердили Класифікацію рівнів володіння української мови як іноземної; а, по-друге, ставимо собі амбітну мету — вступ до Асоціації укладачів мовних тестів (ALTE), і це відкриває шлях до визнання українських мовних сертифікатів у Європейському Союзі та в усьому світі».*¹⁰⁵

Третій ланцюжок – гранти на навчання в освітніх закладах України. Найбільш перспективний варіант – це покриття державою витрат на освіту і видача стипендії обмеженій кількості студентів, що обрали вивчати українську мову як іноземну на мовних курсах або 035 "Філологія" (спеціалізація 035.01 "Українська мова та література"). Це дасть необхідних експертів після навчання для просування інтересів України за кордоном та для правдивого висвітлення подій. Залучені стейкхолдери: ВРУ (ухвалення державного бюджету, встановлення граничної кількості студентів, які можуть отримати грант), Міністерство освіти і науки України, серед них державні та приватні навчальні заклади з навчальними програмами

¹⁰⁴ Закон України «Про забезпечення функціонування української мови як державної» №2704-VIII від 07 травня 2022 року. Ст. 5. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2704-19#Text>.

¹⁰⁵ Демська О., Перспективи викладання та вивчення української мови як іноземної: ключові тези онлайн-конференції Ukrainian institute. <https://ui.org.ua/news/news-ukrayinska-mova/perspektyvy-vykladannya-ta-vyvchennya-ukrayinskoyi-movy-yak-inozemnoyi-klyuchovi-tezy-onlajn-konferencziyi/>

«Українська мова як іноземна», 035 "Філологія" (спеціалізація 035.01 «Українська мова та література»), освітні заклади іноземних країн, з якими підписані договори про співпрацю.

Четвертий ланцюжок – проведення фестивалів, виставок, показів моди та інших культурних заходів. Це досить велика і кропітка робота Українського інституту, що полягає не тільки в допомозі проведення, перемовинах про участь України, співфінансування витрат, але й у вивченні самої виставки – чи є доцільним бути присутнім, розташування української делегації – чи не буде вона в тіні або в конфронтації з сусідніми делегаціями, та багато іншого.

П'ятий ланцюжок – туризм. В Україні представлені різні види туризму. Їх розвитком займаються уряд, ОТГ, приватні власники, або у формі державно-приватного партнерства (в залежності від форми власності). Важливо зрозуміти, що промоція туризму – це не є 100% справою культурної дипломатії. Як зазначає Анхольт (2011), «це в своїй основі продаж продукту клієнту, ніж намагання змінити думки людей про державу, та рекламування є легітимним та доведеним шляхом досягнення цієї мети»¹⁰⁶.

Культурна дипломатія в сфері туризму особливо помітна не в кількості туристів у приємних місцях, наприклад, на курортних островах, а в місцях, що спричинюють душевний неспокій та дискомфорт, наприклад, Чорнобильська зона відчуження, або повоєнне відвідування Бучі та Маріуполя. Оскільки люди надають перевагу цінностям і пам'яті трагічних подій порівняно з дискомфортом, що вони отримують, то це саме компонент бренду та м'якої сили країни – осмислення відвідувачів та глибоке переживання цих подій, формування своєї думки та ставлення до подій. Якщо продовжити приклад Бучі як місця, яке відвідала велика кількість

Та все ж таки, культурна дипломатія може зробити певні кроки для просування туризму. Тут варто розуміти, що на просування впливають такі

¹⁰⁶ Anholt, S. (2011). Beyond the Nation Brand: The Role of Image and Identity in International Relations. Exchange: The Journal of Public Diplomacy: Vol. 2: Iss. 1, Article 1. URL: <https://surface.syr.edu/exchange/vol2/iss1/1>.

умови, як 1) зовнішні – воєнні дії, пандемія COVID-19, 2) згадки у медіа, в мистецтві та в повсякденному житті, 3) легкість бюрократичних процедур та витратність/тривалість шляху. Загалом, міграційна політика України є задовільною, проте варто було б передивитись країни через призму безвізової політики. Наприклад, Індонезія знаходиться на 6 місці за кількістю населення, крім того географічно розташовується на декількох островах. Це значить, що ми несемо потенційно великі витрати в кількості туристів з Індонезії, оскільки громадянину цієї країни треба їхати до посольства (часто літаком) двічі (подання і отримання документів) та платити консульський збір, стояти в чергах, витратити свої безцінні ресурси. Натомість, в таких країнах можна було б запровадити е-візу, що дозволило б не їздити до іншого кінця країни, а комфортно отримати візу в аеропорту. Крім того, варто відмітити людський фактор міграційної політики. Мислення стереотипами щодо населення певних країн діє проти економічних інтересів України.

Для збільшення згадок у медіа, в мистецтві та повсякденному житті, потрібно дві речі – гроші та вплив. Саме тому від установ найвищого рівня має проходити замовлення реклами українського туризму. Це і зовнішня реклама, і купування публікацій в авторитетних журналах, і покращення SEO-інфографіки сайтів, і SMM-маркетинг. Для цього мають бути залучені: ВРУ (ухвалення бюджету), ДАРТ, медіа агенції, рекламні агенції, PR агенції, представництва України за кордоном (особливо корисні, коли згадки про Україну є некоректними – публікація засудження цієї згадки та розголос про таку ситуацію), друкарні (як-от, публікація гайдів різними мовами).

Отже, коли ми кажемо про туризм, недостатньо лише облаштовувати туристичні місця, але й виділяти кошти на маркетинг в інших країнах. Не треба сподіватись на рандомні згадки України, серед яких і на шкоду собі, а треба їх самостійно замовляти.

Внески у туризм за кордоном зробила Перша леді Олена Зеленська. Це ініціатива стосовно україномовних аудіо-путівників на визначних туристичних пам'ятках за кордоном, яка покликана популяризувати й

розширювати сфери використання української мови за кордоном. Подібні путівники вже працюють у Версалі, Колізеї, Лондонському Тауері, у маєтку першого Президента США Джорджа Вашингтона Маунт-Вернон. Олена Зеленська наголошує, що «завдяки аудіогідам ми відкриваємо українцям нові культурні точки по всьому світу, а тим, хто прагне вивчати нашу мову, – даємо можливість її почути»¹⁰⁷.

Шостий ланцюжок має на меті захист громадян України за кордоном. Захист інтересів громадян України є одним із головних завдань консульств, проте створення невеликих правозахисних організацій, які б надавали послуги на безоплатній або мінімально платній основі українською мовою та могли б представляти інтереси особи мовою країни-перебування, значно би зменшило би навантаження на консульства, збільшило би надходження заяв від громадян про порушення їх прав (в тому числі, за рахунок незначних суперечок або порад в юридичних питаннях, з якими громадяни не записуються на прийом в консульство), покращило би стан захищеності громадян за кордоном.

Сьомий ланцюжок – реституція культурної спадщини. У зв'язку з воєнними діями ця тема набирає актуальності через пограбування музеїв на тимчасово окупованих територіях. Залучені стейкхолдери: Міністерство культури та інформаційної політики України, Генеральна прокуратура, музеї, Спілки юристів. Крім того, необхідно залучити Міжурядовий комітет зі сприяння поверненню культурних цінностей країнам їх походження або реституції в разі незаконного привласнення (ЮНЕСКО), а також міжнародні суди.

Стосовно досвіду реституції Україною, в 1917 діяв Комітет Української Центральної Ради, який ставив на меті повернення культурної спадщини, яка була вивезена в часи Російської імперії до Москви і Петрограда. Незважаючи на запевнення радянської росії ця передача не відбулася. Пізніше, при

¹⁰⁷ У Празькому Граді в межах ініціативи Олени Зеленської запрацював україномовний аудіогід. 03.11.2021. Львівська обласна державна адміністрація. URL: <https://old.loda.gov.ua/news?id=63243>.

Міністерстві освіти УНР та уряді гетьмана П. Скоропадського була створена спеціальна комісія у справі повернення з Росії культурних цінностей України. Але знову це питання не було вирішене у зв'язку із припиненням мирних переговорів між Українською Державою та РСФРР. Протягом 1920-х рр. над цим питанням працював уряд УСРР, який неодноразово звертався до всесоюзних та російських інстанцій стосовно повернення українських культурних цінностей із Росії. Певні зрушення були 1930 року, після двох засідань спеціальної Паритетної комісії, тоді по результатах напрацювань комісії протягом 1930-32 рр. було передано визначні історичні реліквії, пам'ятки мистецтва, археологічні колекції відомих російських музеїв. Тож, варто зазначити, що з країною-агресором успішні *двосторонні* перемовини можливі лише за умови лояльності до росії. Це значить, що треба залучати міжнародну спільноту до питань реституції – звертатися до міжнародних інституцій, які могли видати авторитетне рішення стосовно повернення культурних пам'яток до України. У разі проведення виставок на території інших країн це дозволить арештувати та повернути це надбання законному власнику. Це також створить тиск на росію в галузі культури. Крім того, успішною реституція може стати у разі підписання мирного договору з росією, як одна з умов договору.

Резонансною подією стало викрадення російськими окупантами колекції скіфського золота з Мелітопольського міського краєзнавчого музею¹⁰⁸. Немалою є вірогідність, що росія при відступі з окупованих територій буде викрадати і вивозити на свої території культурні пам'ятки. Оскільки таких випадків викрадення вистачає, варто задуматись, яким чином ми будемо повертати культурну спадщину після війни та які механізми

¹⁰⁸ Ганна Мамонова Редактори: Дмитро Раєвський, Тетяна Логвиненко, 6 травня 2022, Бабель, «Міністерство культури зі мною жодного разу не зв'язалося». Директорка мелітопольського музею Лейла Ібрагімова — про те, як росіяни викрали скіфське золото, про полон, допити та місцевих колаборантів <https://babel.ua/texts/78370-ministerstvo-kulturi-zi-mnoyu-zhodnogo-razu-ne-zv-yalosya-direktorka-melitopolskogo-muzeyu-lyeyla-ibragimova-pro-te-yak-rosiyani-vikrali-skifske-zoloto-pro-polon-dopiti-ta-miscevih-kolaborantiv>

будуть дієвими, якщо ми маємо справу з росією, яка визнає верховенство внутрішнього законодавства рф над міжнародним¹⁰⁹.

Доволі успішною була діяльність Національної комісії з питань розшуку і повернення в Україну культурних цінностей при Кабінеті Міністрів України (1992-1999 рр.). Це підтверджує, зокрема, Українець Н.П., стверджуючи у своїй роботі «Проблема повернення в Україну культурних цінностей», що «за період діяльності Нацкомцінностей ідея збереження і повернення в Україну культурної спадщини набула рівня найвищих інтересів держави»¹¹⁰. Комісія працювала над Банком даних про втрачені в різні історичні періоди та за різних обставин українські культурні цінності (станом на серед. 1990-х рр. було зібрано дані на близько 60 тис. одиниць¹¹¹). Серед інших здобутків є проведення в Україні міжнародного симпозіуму під егідою ЮНЕСКО у 1994 році та міжнародної конференції 1996 року у м. Київ з питань повернення та реституції втрачених внаслідок II світової війни культурних цінностей. Державна служба контролю за переміщенням культурних цінностей через державний кордон України (2000-2010 рр.) стала спадкоємицею Нацкомцінностей.

Українець також вказує, що важливою є співпраця з українською діаспорою у світі стосовно повернення та реституції в Україну культурних цінностей. «Лише протягом 2000-2009 в Україну було повернуто понад 500 тис. одиниць культурних цінностей. 2010-2011 із США, Канади, Німеччини, Італії та Росії в Україну було передано й повернуто близько 6550 одиниць зберігання; у контексті реституції культурних цінностей було повернуто в Україну 211 творів народно-декоративного мистецтва, вивезених в роки II світової війни з окупованого Києва, ікони «Покрова Богородиці» (16 ст.) та «Розп'яття з предстоятелями» (1-ша пол. 15 ст.), що були викрадені зі Львівського музею українського мистецтва в 1980-х рр., два надгробки 6—7

¹⁰⁹ http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_367137/

¹¹⁰ Українець Н. П. (2010). Проблема повернення в Україну культурних цінностей. Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї. Вип. 19, с. 283. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/26707/28-Ukrainets'.pdf?sequence=1>.

¹¹¹ Там само, с.283.

ст. із фондів Національного заповідника «Херсонес Таврійський», які ще 1964 були надані в тимчасове користування для виставки в Ленінграді»¹¹².

Для вирішення питання реституції культурних пам'яток доцільно відновити діяльність Національної комісії з питань повернення в Україну культурних цінностей, підпорядкувавши її Кабінету Міністрів України, надавши їй відповідні повноваження ефективно впливати на процеси ввезення, вивезення, передачі права власності і повернення культурних цінностей, механізми захисту інтересів України. Крім того, досі чинною в Україні є Угода «Про повернення культурних цінностей країнам їх походження» Співдружності Незалежних Держав (Мінськ, 14 лютого 1992), хоча де-факто положення угоди втратили свою чинність. Необхідно провести ревізію НПА стосовно захисту культурних пам'яток. Питання реституції втрачених культурних цінностей має високе політичне та соціо-культурне значення.

¹¹² Там само, с.284.

Висновки до розділу 3

Автором було підготовлено аналітичну записку «Як реалізувати державну політику культурної дипломатії України». Деякі пункти аналітичної записки втратили свою актуальність, оскільки аналітична записка була написана до початку повномасштабного вторгнення росії на територію України.

Сформульовані функції культурної дипломатії, а саме інформаційна, комунікаційна, освітня, пізнавальна, правозахисна, захисна (захист культурних цінностей України). Оскільки організаційно-правовий механізм передбачає взаємодію державних і недержавних акторів, автором було запропоновано сім ланцюжків взаємодії, які реалізують описані в розділі функції культурної дипломатії. Ці сім ланцюжків взаємодії повністю віддзеркалюють Стратегію публічної дипломатії Міністерства закордонних справ України, в тому числі пріоритетні напрямки розвитку дипломатії.

ВИСНОВКИ

У магістерській роботі автором було досліджено підходи до визначення ключових понять: м'яка сила, жорстка сила, культурна дипломатія тощо. М'яка сила – це здатність впливати на інших для отримання бажаних результатів за допомогою привабливості, а не через примус чи підкуп. Культурна дипломатія – це процес, коли держава і суспільство беруть активну участь у формуванні свого національного образу, іміджу, стереотипу. Результатом провадження культурної дипломатії є формування громадської думки в країні перебування, збільшення впізнаваності та прихильності до України. Цільовою аудиторією є офіційні представники іноземних країн та широкі кола громадськості. Автор висловлює думку, що м'яка сила – це спосіб впливати на інші країни, а культурна дипломатія – це інструмент державної політики по провадженню м'якої сили.

У магістерській роботі також було узагальнено зарубіжний досвід організаційно-правового механізму реалізації державної політики культурної дипломатії. Кожна держава реалізує культурну дипломатію згідно з наміченими цілями. Для Японії – це залучення робочої сили на територію країни, для Південної Кореї – комерційний успіх культурного продукту, для Німеччини – це просування німецької мови за кордоном, а також реалізація спільних культурних проєктів для збільшення культурних здобутків і формування нових мереж кооперацій.

Автором було проаналізовано процес зміцнення м'якої сили України під час російсько-української війни 2014-2022 рр. Перші кроки у формуванні культурної дипломатії були зроблені під час Революції Гідності як відповідь м'якою силою на розв'язану росією інформаційну війну. М'яка сила України помітна під час повномасштабного вторгнення росії 24 лютого 2022 року. За період 2021-2022 рр. Україна піднялась на 10 сходинок у рейтингу м'якої сили від Brand Finance, дослідження якого були проведені до початку повномасштабного вторгнення; після вторгнення цей рейтинг прогнозує ще більше посилення України в цьому рейтингу через зміцнення м'якої сили.

Крім того, було розглянуто інструменти державного регулювання зовнішньої політики та уточнено функції державної політики культурної дипломатії. Суб'єктами культурної дипломатії є Верховна Рада України, Президент України, Кабінет Міністрів України, центральні та місцеві органи виконавчої влади, органи місцевого самоврядування, політичні партії, громадські організації, Міністерство закордонних справ України, закордонні дипломатичні установи України, Міністерство культури та інформаційної політики, Український Інститут, Український культурний фонд (УКФ), Український інститут національної пам'яті (УІНП), Державне агентство з розвитку туризму, Державне агентство України з питань мистецтв та мистецької освіти (Держмистецтво), Державне агентство України з питань кіно (Держкіно), Український інститут книги (УІК), інші державні служби та агентства, культурні інституції, недержавні установи та організації, об'єднання закордонних українців. Об'єднання закордонних українців – це такі суб'єкти, як Світовий Конгрес українців та організації українців за кордоном, Європейський конгрес українців, Світова федерація українських жіночих організацій, Світова федерація українських лемківських об'єднань, ПЛАСТ, лідери суспільної думки, зокрема, українські митці, журналісти, викладачі, студенти, науковці, політики і загалом небайдужі громадяни. Автором були уточнені функції культурної дипломатії: інформаційна, комунікаційна, освітня, пізнавальна, правозахисна, захисна (захист культурних цінностей України). Оскільки організаційно-правовий механізм передбачає взаємодію державних і недержавних акторів, автором було запропоновано сім ланцюжків взаємодії, які реалізують описані в розділі функції культурної дипломатії. Таким чином, було досліджено роль громадськості у державній політиці культурній дипломатії України.

Автором було підготовано Аналітичну записку щодо реалізації державної політики культурної дипломатії України. Деякі пункти аналітичної записки втратили свою актуальність, оскільки аналітична записка була написана до початку повномасштабного вторгнення росії на

територію України. В результаті були надані практичні рекомендації щодо реалізації організаційно-правового механізму державної політики культурної дипломатії України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аналітичний звіт «Сприйняття України за кордоном: Німеччина». (2020). Український Інститут. URL: https://ui.org.ua/wp-content/uploads/2022/01/nimechchyna_povnyj-zvit_ukr.pdf.
2. Аналітичний звіт «Сприйняття України за кордоном: Польща». (2020). Український Інститут. URL: https://ui.org.ua/wp-content/uploads/2022/01/polshha_povnyj-zvit_ukr.pdf.
3. Аналітичний звіт «Сприйняття України за кордоном: Сполучене Королівство Великої Британії та Північної Ірландії». (2021). Український Інститут. URL: <https://ui.org.ua/wp-content/uploads/2022/02/spryjnyattya-ukrayiny-u-velykij-brytaniyi.pdf>.
4. Аналітичний звіт «Сприйняття України за кордоном: США». (2020). Український Інститут. URL: https://ui.org.ua/wp-content/uploads/2022/01/ssha_povnyj-zvit_ukr_nk0503.pdf.
5. Аналітичний звіт «Сприйняття України за кордоном: Туреччина». (2020). Український Інститут. URL: https://ui.org.ua/wp-content/uploads/2022/01/turechchyna_povnyj-zvit_ukr0503-02.pdf.
6. Аналітичний звіт «Сприйняття України за кордоном: Угорщина». (2020). Український Інститут. URL: https://ui.org.ua/wp-content/uploads/2022/01/ugorshhyna_povnyj-zvit_ukr.pdf.
7. Аналітичний звіт «Сприйняття України за кордоном: Франція». (2020). Український Інститут. URL: https://ui.org.ua/wp-content/uploads/2022/01/francziya_povnyj-zvit_ukr.pdf.
8. Аналітичний звіт «Сприйняття України за кордоном: Японія». (2020). Український Інститут. URL: https://ui.org.ua/wp-content/uploads/2022/01/yaponiya_povnyj-zvit_finalnyj_ukr0503.pdf.
9. Братюк Ю. Японія вибачилась за внесення «Азову» до списку терористичних організацій. 09.04.2022. Zahid.net. URL: https://zaxid.net/yaponiya_vibachilas_za_vnesennya_azovu_do_spisku_teroristic_hnih_organizatsiy_n1540665.
10. Власенко В. Гнів, шок та повна підтримка України у ПАРЄ. 28.04.2022. Deutsche Welle. URL: <https://www.dw.com/uk/hniv-shok-ta-povna-pidtrymka-ukrainy-u-parie-a-61620268/a-61620268>
11. Генсек НАТО: загроза вторгнення РФ в Україну – реальна, але є й інші ризики. 11.02.2022. Європейська правда. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/news/2022/02/11/7133893>.
12. Глава МЗС Франції відвідала Бучу - «світ ніколи не має забути». 30.05.2022. Укрінформ. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-uarazom/3495607-glava-mzs-francii-vidvidala-bucu-svit-nikoli-ne-mae-zabuti.html>.
13. Гмирін А. Прямі інвестиції в Україну: "рекордні за останні роки" чи "низькі"? Економічна правда. 30.11.2021. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2021/11/30/680215/>.

14. Демська О. (2020). Перспективи викладання та вивчення української мови як іноземної: ключові тези онлайн-конференції Ukrainian institute. <https://ui.org.ua/news/news-ukrayinska-mova/perspektyvy-vykladannya-ta-vyvchennya-ukrayinskoji-movy-yak-inozemnoyi-klyuchovi-tezy-onlajn-konferencziyi/>

15. Динаміка кількості відвідувачів зони відчуження в розрізі 2017–2021 років. ДП "Центр організаційно-технічного і інформаційного забезпечення управління зоною відчуження". Пост за 08.12.2021. URL: <https://www.facebook.com/cotiz.org.ua/photos/pcb.4564114540368656/4564114360368674/>.

16. Закон України «Про ввезення, вивезення та повернення культурних цінностей» 21 вересня 1999

17. Закон України «Про внесення змін до деяких законів України з метою усунення випадків ухилення окремих підприємств, створених за участю іноземних інвесторів, від сплати податків, зборів (обов'язкових платежів)». (2002). Відомості Верховної Ради України, N 15, ст.100. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2899-14#Text>.

18. Закон України «Про державну підтримку інвестиційних проєктів зі значними інвестиціями в Україні» (2020). Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1116-20#Text>.

19. Закон України «Про дипломатичну службу» (2018). Відомості Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2449-19#Text>.

20. Закон України «Про забезпечення функціонування української мови як державної». (2019). Відомості Верховної Ради, № 21. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2704-19#Text>.

21. Закон України «Про засади внутрішньої і зовнішньої політики». (2010). Відомості Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2411-17#Text>.

22. Закон України «Про захист іноземних інвестицій на Україні». (1991). Відомості Верховної Ради України, N 46, ст.616. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1540%D0%B0-12#Text>.

23. Закон України «Про інвестиційну діяльність». (1991). Відомості Верховної Ради України, № 47, ст.646. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1560-12#Text>.

24. Закон України «Про музеї та музейну справу»

25. Закон України «Про усунення дискримінації в оподаткуванні суб'єктів підприємницької діяльності створених з використанням майна та коштів вітчизняного походження». (2000). Відомості Верховної Ради України, № 12, ст.97. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1457-14#Text>.

26. Зеленський виключає альтернативи статусу кандидата в ЄС для України. 21.05.2022. Європейська правда. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2022/05/21/7347675>.

27. Коваль Н. Привид Києва тепер і в японському коміксі. 24.05.2022. Тиктор Медіа. URL: <https://tyktor.media/novyny/pryvud-kyieva-v-iaponskomu-komiksi>.
28. Комунікаційна Стратегія Міністерства Закордонних Справ України. (2021). Міністерство закордонних справ України. URL: <https://mfa.gov.ua/storage/app/sites/1/%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%97/communication-strategy.pdf>.
29. Конституція України. (1996). Відомості Верховної Ради України, № 30, ст. 141. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text>
30. Консульський Статут України. Затверджений Указом Президента України від 2 квітня 1994 року №127/94 «Про Консульський статут України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/127/94#Text>.
31. Котенський А. Польська поліція розігнала активістів, які блокували російські та білоруські фури. 14.03.2022. Львівський портал. URL: <https://portal.lviv.ua/news/2022/03/14/polska-politsiia-rozihnala-aktyvistiv-iaki-blokuvaly-rosijski-ta-biloruski-fury>.
32. Мамонова Г. «Міністерство культури зі мною жодного разу не зв'язалося». Директорка мелітопольського музею Лейла Ібрагімова — про те, як росіяни викрали скіфське золото, про полон, допити та місцевих колаборантів. 6 травня 2022. Бабель. URL: <https://babel.ua/texts/78370-ministerstvo-kulturi-zi-mnoyu-zhodnogo-razu-ne-zv-yalosya-direktorka-melitopolskogo-muzeyu-lyeyla-ibragimova-pro-te-yak-rosiyani-vikrali-skifske-zoloto-pro-polon-dopiti-ta-miscevih-kolaborantiv>.
33. Марки «русский военный корабль, иди...» розкупили у відділеннях Укрпошти. Їх продаватимуть онлайн. 21.04.2022. Західний полюс. URL: <https://z-polus.info/novyny/ukraintsi-vishikuvalisya-v-cherгу-zamark>.
34. Ми маємо допомогти Україні перемогти у цій війні – глава парламенту Норвегії. 08.05.2022. Укрінформ. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-politics/3478340-mi-maemo-dopomogti-ukraini-peremogti-u-sij-vijni-glava-parlamentu-norvegii.html>.
35. Мінаков М. (2016). Надто м'яка влада: результати української культурної дипломатії в Італії, 2014-2015 рр. Агора, вип. 16, с. 80.
36. Нагорняк Т.Л. (2008). Країна як бренд. Національний бренд «Україна». Стратегічні пріоритети, №4(9). С. 220-221. URL: https://www.libr.dp.ua/text/sp_2008_4_29.pdf.
37. Наказ Міністерства Закордонних Справ України від 27 січня 2021 р. №29 «Про затвердження нової редакції Статуту державної установи «Український інститут»». URL: https://ui.org.ua/wp-content/uploads/2022/01/ukrayinskyj-instytut_statut_nova-redakcziya-2021-1.pdf.
38. Положення «Про культурно-інформаційний центр у складі закордонної дипломатичної установи України». Відомості Верховної Ради України. 20.02.2006. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/142/2006#Text>.

39. Президент Єврокомісії: Те, що сталося у Бучі, - це виклик усьому світовому співтовариству, і це вирішальний момент. 09.04.2022. Interfax. URL: <https://ua.interfax.com.ua/news/general/822573.html>.

40. Президент України Володимир Зеленський звернувся до народу з нагоди світлого свята Великодня. 24.04.2022. UATV. <https://www.facebook.com/watch/?v=369594611748423>

41. Рішення Національної комісії зі стандартів державної мови №31 «Про затвердження класифікації рівнів володіння державною мовою та вимог до них». Міністерство юстиції України. 16 липня 2021 р. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/re36546?an=1>.

42. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 19 квітня 2006 р. № 213-р «Про затвердження переліку закордонних дипломатичних установ України, у складі яких утворюються культурно-інформаційні центри». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/213-2006-%D1%80#Text>.

43. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 21 червня 2017 р. № 430-р. «Про утворення державної установи “Український інститут”». URL: <https://www.kmu.gov.ua/npras/250094619>.

44. росіяни продемонстрували свою «культуру» в Бучі, Ірпені та інших містах – посол Польщі. 10.06.2022. Укрінформ. <https://www.ukrinform.ua/rubric-culture/3504020-rosiani-prodemonstruvali-svou-kulturu-v-buci-irpeni-ta-insih-mistah-posol-polsi.html>.

45. Самар В. «М’яка» сила. Центр Журналістських Розслідувань Для Слідства.Інфо. 05 лютого 2016. URL: <https://investigator.org.ua/ua/articles/173427>.

46. Статистичні дані щодо перетину українського кордону громадянами інших держав. Державне Агентство Розвитку Туризму. 02.03.2021. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/statistichni-dani-shchodo-peretinu-ukrayinskogo-kordonu-inozemcyami>.

47. Стратегія публічної дипломатії Міністерства закордонних справ України на 2021-2025 рр. Ухвалено Наказом МЗС від 24.03.2021. URL: <https://mfa.gov.ua/storage/app/sites/1/%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%97/public-diplomacy-strategy.pdf>.

48. Стратегія Українського Інституту 2020-2024. (2020). Український інститут. URL: <https://ui.org.ua/wp-content/uploads/2022/01/strategy-ukrainian-institute-3.pdf>.

49. У Вільнюсі відкрився перший у ЄС Український центр для вимушених переселенців. 11.06.2022. Офіс Президента України <https://www.president.gov.ua/news/u-vilnyusi-vidkrivsvya-pershij-u-yes-ukrayinskij-centr-dlya-v-75777>.

50. У Празькому Граді в межах ініціативи Олени Зеленської запрацював україномовний аудіогід. 03.11.2021. Львівська обласна державна адміністрація. URL: <https://old.loda.gov.ua/news?id=63243>.

51. Указ Президента України від 20 лютого 2006 р. № 142 «Про культурно-інформаційний центр у складі закордонної дипломатичної установи України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/142/2006#Text>.

52. Українець Н. П. (2010). Проблема повернення в Україну культурних цінностей. Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї. Вип. 19. URL: <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/26707/28-Ukrainets'.pdf?sequence=1>.
53. Федеральный закон "О внесении изменений в Федеральный закон "О безопасности" от 09.11.2020 N 365-ФЗ (последняя редакция). КонсультантПлюс. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_367137/
54. Шамборовський Г., Мусієнко Н. (2015). Завдання і можливості культурної дипломатії у розвитку сучасної держави та інститутів громадянського суспільства в Україні. Агора. Вип. 14. С. 92. 'Go fuck yourself', Ukrainian soldiers on Snake Island tell Russian ship – audio. 25.02.2022. Guardian. https://www.youtube.com/watch?v=6Y2iVHUMZhg&ab_channel=GuardianNews.
55. 2021 Anholt-Ipsos Nation Brands Index: Press Release. (2021). Ipsos. URL: <https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2021-10/NBI-2021-ipsos.pdf>.
56. About KIEF. (2022). Kanazawa International Exchange Foundation. URL: <http://www.kief.jp/aboutkiefforforeigner.html>.
57. Anholt, S. (2011). Beyond the Nation Brand: The Role of Image and Identity in International Relations. Exchange: The Journal of Public Diplomacy: Vol. 2: Iss. 1, Article 1. URL: <https://surface.syr.edu/exchange/vol2/iss1/1>.
58. Basic data of Kanazawa (2017). Kanazawa City Tourism Association. URL: <https://visitkanazawa.jp/moretocheck/data>.
59. Bonos L. Ukraine is fighting back, one swear word at a time. 04.03.2022. The Washington Post. URL: <https://www.washingtonpost.com/lifestyle/2022/03/04/ukraine-russian-warship-swear>.
60. Braithwaite S. Zelensky refuses US offer to evacuate, saying 'I need ammunition, not a ride'. 26.02.2022. CNN. URL: <https://edition.cnn.com/2022/02/26/europe/ukraine-zelensky-evacuation-intl/index.html>.
61. Britannica, T. Editors of Encyclopaedia (2018). Kanazawa. Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/place/Kanazawa>.
62. Chaturvedi A. Ukrainian Farmer "Steals" Russian Tank Using Tractor, Internet Delighted. 01.03.2022. NDTV. URL: <https://www.ndtv.com/world-news/ukrainian-farmer-steals-russian-tank-using-tractor-internet-delighted-2796370>.
63. Council Decision (CFSP) 2022/579 of 8 April 2022 amending Decision 2012/642/CFSP concerning restrictive measures in view of the situation in Belarus and the involvement of Belarus in the Russian aggression against Ukraine. URL: <https://eur-lex.europa.eu/eli/dec/2022/579/oj>.

64. Cultural Diplomacy, Political Influence, and Integrated Strategy. Strategic Influence: Public Diplomacy, Counterpropaganda, and Political Warfare. (2009). Ed. Michael J. Waller . Institute of World Politics Press. P. 74.
65. Elcano Global Presence Index Ukraine. (2020). Elcano Royal Institute. URL: <https://explora.globalpresence.realinstitutoelcano.org/en/country/iepg/global/UA/UA/2020>.
66. Global Soft Power Index 2022. (2022). Brand Finance. URL: https://brandirectory-live-public.s3.eu-west-2.amazonaws.com/reports_free/brand-finance-soft-power-index-2022.pdf.
67. Handbook on Tourism Destination Branding. With an introduction by Simon Anholt. (2015). UNWTO. URL: https://issuu.com/bibliotecaperiodismoturistico/docs/handbook_on_tourism_-_destination_b.
68. International tourism, number of arrivals – Turkey, Ukraine. (2018). World Tourism Organization, Yearbook of Tourism Statistics, Compendium of Tourism Statistics and data files. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL?locations=TR-UA>.
69. International tourism, receipts (current US\$) - Turkey, Ukraine. (2018). World Tourism Organization, Yearbook of Tourism Statistics, Compendium of Tourism Statistics and data files. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL?locations=TR-UA>.
70. Mercer J. Офіційний пост у Twitter за 27.02.2022. URL: https://twitter.com/JohnnyMercerUK/status/1498027274683174913?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1498045801754361860%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es2_&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.ndtv.com%2Fworld-news%2Fukrainian-farmer-steals-russian-tank-using-tractor-internet-delighted-2796370.
71. Niemcy dostarczają do Rosji sprzęt przez Polskę?! Filip Chajzer w furii. Co oni wiozą? "Wojennaja tajna". 09.03.2022. SuperExpress, Grupa ZPR Media. URL: <https://www.se.pl/wiadomosci/polityka/niemcy-dostarczaja-do-rosji-sprzet-przez-polske-filip-chajzer-w-furii-apeluje-do-rzadu-aa-ajrS-rdNF-3trN.html>.
72. Nye, J. S. (2008). Public Diplomacy and Soft Power. The Annals of the American Academy of Political and Social Science, 616, p. 94. URL: <http://www.jstor.org/stable/25097996>.
73. Nye, J. S. (2022). Soft Power After Ukraine. Project Syndicate. URL: <https://www.project-syndicate.org/commentary/soft-power-after-russia-war-in-ukraine-by-joseph-s-nye-2022-05>.
74. Sharma S. Brave Ukrainian woman tells Russian soldier: ‘Put sunflower seeds in your pocket so they grow when you die’. 25.02.2022. Independent. URL: <https://www.independent.co.uk/news/world/europe/ukraine-russia-soldier-woman-confrontation-b2022993.html>.

75. Williams, R. J. (1987). [Review of International Cultural Relations, by J. M. Mitchell]. *Canadian Journal of Political Science / Revue Canadienne de Science Politique*, 20(2), p. 437. URL: <http://www.jstor.org/stable/3228729>.

76. 人口・世帯数(毎月更新). Населення, кількість домогосподарств (щомісячно оновлюється – пер.авт.) (2022). Kanazawa City. URL: <https://www4.city.kanazawa.lg.jp/soshikikarasagasu/chosatokeishitsu/gyomuanna/1/3/2/7841.html>.

ДОДАТКИ

Додаток А

Згадки про Україну в італійських ЗМІ

Таблиця 1. Частота згадування України в обраних ЗМІ

Рік/квартал	14/1	14/2	14/3	14/4	15/1	15/2	15/3	15/4
Україна, українці, українське	87	129	120	167	201	198	152	101

Таблиця 2. Контекст згадування України в обраних ЗМІ

Рік/квартал	14/1	14/2	14/3	14/4	15/1	15/2	15/3	15/4
Україна	революція, протести	революція, війна, Росія, США	війна, мир, вибори	війна, Росія, США	війна, Росія, США	війна, Росія	війна, Росія, США	війна, Росія
українці, українське	протест, націоналізм	російське, сепаратизм	біженці, націоналізм, бідність	націоналізм, бідність, сепаратизм	біженці, бідність, криза	біженці, бідність, криза	бідність, криза	бідність, криза

Таблиця 3. Іntenції згадування України в обраних ЗМІ

Рік/квартал	14/1	14/2	14/3	14/4	15/1	15/2	15/3	15/4
Україна, українці, українське	здивування, острах	острах, здебільшого негативне ставлення до подій	острах, здебільшого негативне ставлення до подій, зростає кількість співчуття	здебільшого негативне ставлення до подій, зростає кількість співчуття	здебільшого негативне ставлення до подій, зростає кількість співчуття	паритет нейтральних репортажів, негативного ставлення та співчуття	паритет нейтральних репортажів, негативного ставлення та співчуття	паритет нейтральних репортажів, негативного ставлення та співчуття

Джерело: Мінаков М. (2016). Надто м'яка влада: результати української культурної дипломатії в Італії, 2014-2015 рр. Агора, вип. 16, с. 80.

Міжнародний туризм, кількість прибуття – Туреччина, Україна.

Джерело: International tourism, number of arrivals - Turkey, Ukraine [Електронний ресурс] // World Tourism Organization, Yearbook of Tourism Statistics, Compendium of Tourism Statistics and data files.. – 2018. – URL: <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL?locations=TR-UA>.

Додаток В.

Перелік закордонних дипломатичних установ України, у складі яких утворюються культурно-інформаційні центри

Дипломатичне представництво України в:	Російській Федерації Французькій Республіці Республіці Польща Австрійській Республіці Республіці Молдова Республіці Білорусь Королівстві Бельгія Республіці Казахстан Сполучених Штатах Америки Румунії Республіці Болгарія Грузії Федеративній Республіці Німеччина Державі Ізраїль Сполученому Королівстві Великої Британії та Північної Ірландії Словацькій Республіці Канаді Чеській Республіці Італійській Республіці Португальській Республіці Республіці Узбекистан Естонській Республіці КНР Грецькій Республіці Туркменістані Угорській Республіці Королівстві Іспанія
Генеральне консульство України в:	Нью-Йорку Мюнхені Стамбулі Санкт-Петербурзі

Джерело: Перелік закордонних дипломатичних установ України, у складі яких утворюються культурно-інформаційні центри. Затверджений розпорядженням Кабінету Міністрів України від 19 квітня 2006 р. N 213-р.
 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/213-2006-%D1%80#Text>.