

фіктивно іменувалися Попелями. Наталя згадувала, що у 13 років вона багато чула про С. Бандеру з українських газет і книжок, але не ідентифікувала цю постать із власним батьком. З часом на підставі різних спостережень у неї виникли певні здогади. А одного разу вона почула, як проговорився знайомий, і тоді вже була певна, що Бандера – її батько. Молодші Леся та Андрій дізналися, ким вони є, значно пізніше. Як стверджує М. Посівнич, діти почули правду про свого батька лише 1962 р., під час судового процесу в Карлсруе над його вбивцею Б. Сташинським. Після вбивства С. Бандери Служба безпеки ОУН посприяла переїзду сім'ї провідника до Канади. Син Андрій і дочка Леся разом з матір'ю жили в Торонто. А Наталя решту свого життя провела в Німеччині. Там вийшла заміж за відомого громадського діяча Андрія Куцана. У віці 44 років померла у Мюнхені 1985 р. [6].

Отже, усі члени родини С. Бандери випили повну чашу переслідувань і покарань за причетність до очільника ОУН(б) та за власну проукраїнську позицію. Найбільша ціна, яку вони заплатили за відношення до С. Бандери – це їхнє життя та свобода. Деякі з них отримали правову компенсацію у вигляді реабілітації, іншим і цього не вдалося здобути. У незалежній Україні, коли відбулася кардинальна переоцінка діяльності очільника ОУН(б), змінилося ставлення і до членів його родини, зокрема у 2010 р. Степан Бандера – онук лідера українських націоналістів – отримав з рук Президента України В. Ющенка орден Держави на знак удостоєння його діда звання Героя України.

ЛІТЕРАТУРА

1. Арсенич П. І., Федорів Т. В. Бандера Василь Андрійович // Енциклопедія сучасної України. Т. 2. Київ, 2003. С. 190.
2. Дем'ян Г. Бандера Олександр // Визвольний шлях. 2002. Кн. 10. С. 49–50.
3. Мельничук Б. Бандера Андрій Михайлович // Тернопільський енциклопедичний словник: у 4 т. / редкол.: Г. Яворський та ін. Тернопіль: Видавничо-поліграфічний комбінат «Збруч», 2004. Т. 1 : А–Й. С. 73.
4. Мірчук П. Революційний змаг за УССД. Київ – Торонто – Лондон, 1987. Т. 2. 280 с.
5. Посівнич М. Степан Бандера – життя, присвячене свободі. Торонто – Львів: Літопис УПА, 2008. Т. 3. 111 с.
6. Тамкова О. Таємниці родини Степана Бандери. URL: <https://expres.online/archive/main/2013/01/11/80276-tayemnyci-rodyny-stepana-bandery>

СТАНОВЛЕННЯ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ УКРАЇНИ

Трофименко М.В.

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

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

розробленні моделі публічної дипломатії, українські урядовці широко використовували досвід саме посткомуністичних країн Центральної та Східної Європи.

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

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

За прикладом Литви, Латвії, Естонії, Польщі тощо в Україні за пропозицією Міністерства закордонних справ України розпорядженням Уряду була утворена державна установа «Український інститут» (УІ) [8]. Зазначений інститут був віднесений до сфери управління МЗС України та є державною бюджетною та неприбутковою установою, діяльність якої спрямована на комплексну презентацію України у світі.

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

Згідно Статуту Українського інституту метою його діяльності є покращення розуміння та сприйняття України та українців у світі, формування позитивного іміджу нашої держави за кордоном [9]. Основними завданнями Інституту є: підвищення впізнаваності України за кордоном через поширення знання про Україну; розбудова міжнародного діалогу шляхом підтримки міжнародних обмінів, забезпечення участі України у проектах співпраці у галузі креативних індустрій, культури, освіти, науки, економіки та інших сферах; поширення українського досвіду розвитку громадянського суспільства, державотворення, відданості цінностям свободи, демократії, національної єдності; популяризація української мови та культури за кордоном.

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

В рамках конкурсного відбору Володимир Шейко представив концепцію розвитку Інституту [2], в рамках якої визначив головну місію установи – сприяти реалізації зовнішньополітичних завдань України шляхом її комплексного представлення у світі як сучасної, динамічної, креативної європейської держави. Український інститут для досягнення цієї мети має відкривати світові сучасну Україну за допомогою можливостей і потенціалу культури, креативних індустрій, освіти, науки і мови.

Головними інструментами діяльності Українського інституту Володимир Шейко

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

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

Серед середньострокових перспектив на три роки названі наступні:

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

Сайт Українського інституту досить зручний у користуванні, лаконічний, доступний, містить основні розділи: Про Інститут (місія та завдання, команда, наглядова рада, статутні документи); Новини; Програми (проекти в Україні, міжнародні проекти); Контакти [11].

Щодо другої характерної ознаки публічної дипломатії країн Центральної та Східної Європи, варто зазначити, що протягом існування України спроби розробити національний бренд були ситуативними та досить швидко завершувались та забувались. Таким чином, протягом 27 років в Україні взагалі не було бренду. І так, з метою популяризації України у світі, сприяння інтеграції до світового інформаційного простору, підвищення рівня загальної

обізнаності міжнародної спільноти про Україну та її окремі регіони Кабінет Міністрів України своєю постановою від 10 травня 2018 року №416 затвердив брэнда України [1].

ФОРМА знака (брэнда) України



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

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

Наслідуючи приклад країн Центральної та Східної Європи, Україна структурує свою публічну дипломатію. Так, в Міністерстві закордонних справ України у грудні 2015 року було створене Управління публічної дипломатії. Три основних завдання Управління: розвиток відносин з громадськістю, громадськими об'єднаннями та медіа інших країн та України; реалізація іміджевих, культурних та інформаційних проєктів України за кордоном; координація заходів інших органів виконавчої влади у цих сферах. До компетенції Управління відносяться зв'язки з медіа, в тому числі з онлайн-платформами, культурна дипломатія та реалізація іміджевих проєктів. Створення Управління публічної дипломатії, за словами Міністра закордонних справ України Павла Клімкіна, означає впровадження в системі Міністерства публічної дипломатії як нового механізму популяризації України у світі та взаємодії з громадськістю, з огляду на це МЗС буде з урахуванням вже набутого досвіду спільно з іншими органами влади та народною дипломатією ще активніше розказувати світові про Україну. Управління публічної дипломатії було утворене в рамках масштабної реформи дипломатичної служби. Також варто зазначити, що концепція публічної дипломатії вперше була впроваджена в роботу зовнішньополітичного відомства України. При цьому передбачається, що співробітники Управління застосовуватимуть найкращі міжнародні практики публічної дипломатії. Управління очолює Анатолій Соловей, кар'єрний дипломат, який працює в МЗС України з 1999 року, працював у посольствах України в Бельгії та Великій Британії [12].

У грудні 2018 року вперше Міністерством закордонних справ України був опублікований звіт щодо основних результатів діяльності публічної дипломатії МЗС у 2017-2018 роках [4].

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

правову базу та забезпечено фінансовий ресурс. Так, у 2018 році у рамках публічної дипломатії МЗС реалізовано 197 іміджевих проєктів. На 2019 рік заплановано 240.

Таким чином, варто зазначити, що українська модель публічної дипломатії, побудована з урахуванням досвіду посткомуністичних країн Центральної та Східної Європи. Користуючись цим досвідом, Україна створила Український інститут, покликаний пропагувати українську мову, історію, культуру в світі; рішенням українського уряду вперше за роки незалежності був затверджений бренд України (UkraineNow); в структурі українського МЗС було створене Управління публічної дипломатії з метою активізації використання найкращих практик публічної дипломатії світу в інтересах України.

Список використаної літератури

1. Деякі питання форми знака (бренда) України: Постанова Кабінету Міністрів України від 10 травня 2018 року №416. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/416-2018-%D0%BF/conv>.
2. Концепція розвитку Українського інституту. Конкурсна концепція розвитку Українського інституту на 3 роки (Володимир Шейко). URL: https://drive.google.com/file/d/1tXXAUcah-6kXPPXTVGCQ-ECYRHEbg0_t/view.
3. Основні принципи роботи з брендом UkraineNow: брендбук. URL: <http://mip.gov.ua/files/UkraineNOW-brandbook.pdf>.
4. Основні результати діяльності публічної дипломатії МЗС у 2017-2018. URL: <https://mfa.gov.ua/mediafiles/files/misc/2018-12-21/PD2017-2018.pdf>.
5. Питання діяльності державної установи «Український інститут»: Наказ Міністерства закордонних справ України від 15 лютого 2018 року №82. URL: https://mfa.gov.ua/mediafiles/files/misc/2018-02-15/2018-02-15_nakaz82.pdf.
6. Платонова А. Володимир Шейко: «Український інститут представлятиме інтереси і цінності сучасної української політичної нації». LB.ua. 2018. URL: https://lb.ua/culture/2018/06/13/400222_volodimir_sheyko_ukrainskiy.html.
7. Про Експертну комісію державної установи «Український інститут»: Наказ Міністерства закордонних справ України від 17 січня 2018 року №21. URL: https://mfa.gov.ua/mediafiles/files/misc/2018-01-17/2018-01-23_n21_experts.pdf.
8. Про утворення державної установи «Український інститут»: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 21 червня 2017 р. № 430-р. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/430-2017-%D1%80>.
9. Статут державної установи «Український інститут» (нова редакція): Наказ Міністерства закордонних справ України від 28 лютого 2018 року №103. URL: https://mfa.gov.ua/mediafiles/files/misc/2018-03-01/2018-03-01_nakaz103.pdf.
10. Трофименко М. В., Балабанов К.В. (2013) Дипломатична та консульська служба: підручник для студентів ВНЗ. Донецьк: Вид-во «Ноулідж» (донецьке відділення), 2013. 432 с.
11. Український інститут. URL: <http://ui.org.ua/>.
12. Управління публічної дипломатії Міністерства закордонних справ України. URL: <https://mfa.gov.ua/ua/about-mfa/structure/staff>.