

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МАРІУПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІСТОРИЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

КАФЕДРА ПОЛІТОЛОГІЇ ТА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН

До захисту допустити:

Завідувач кафедри,


_____ **Максим БУЛИК**

«15» грудня 2023 р.

**«КУЛЬТУРНА ДИПЛОМАТІЯ У ФОРМУВАННІ ІМІДЖУ УКРАЇНИ
НА МІЖНАРОДНІЙ АРЕНІ: KEYС РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ
ВІЙНИ»**

Кваліфікаційна робота

здобувача вищої освіти другого

(магістерського) рівня вищої освіти

освітньо-професійної програми

«Міжнародні відносини»

Каргаполової Анастасії Романівни

Науковий керівник: Пахоменко С. П., к.і.н.,

доцент кафедри політології та міжнародних

відносин

Рецензент: Сараєва О. В., к.і.н., заступник

директора ННІСТ з виховної роботи, доцент

кафедри філософських наук та історії

України

Кваліфікаційна робота захищена

з оцінкою відмінно / А / 95

Секретар ЕК

«16» січня 2024 р.



Анастасія ТРОФИМЕНКО

Київ – 2023

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНА БАЗА ДОСЛІДЖЕННЯ.....	7
1.1 Стан вивчення проблеми і джерела.....	7
1.1. Категорійний апарат. Культурна дипломатія і імідж держави як вияви «м'якої сили»	14
Висновки до розділу 1	21
РОЗДІЛ 2. ПРАВОВІ ТА ІНСТИТУЦІЙНІ ЗАСАДИ КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ УКРАЇНИ	23
2.1 Законодавчі норми культурної дипломатії України	23
2.2 Культурна дипломатія і іміджева політика в діяльності Міністерства закордонних справ України.....	27
2.3 Культурна дипломатія в діяльності Міністерства культури та інформаційної політики України.....	30
2.4 Український Інститут (Інститут Тараса Шевченка) у реалізації культурної дипломатії	33
Висновки до розділу 2.	35
РОЗДІЛ 3. КУЛЬТУРНА ДИПЛОМАТІЯ УКРАЇНИ ПІД ЧАС РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ	38
3.1 Стратегія культурної дипломатії в контексті російсько-української війни	38
3.2 Трансформація культурно-іміджевої політики урядових установ	49
3.3 Громадські культурно-мистецькі ініціативи та кейси як елемент культурної дипломатії.	60
Висновки до розділу 3.	71
ВИСНОВОК.....	74
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	79

ВСТУП

Актуальність. Актуальність дослідження зумовлена низкою факторів. По-перше, у сучасному глобалізованому світі більшість країн у міжнародній діяльності все частіше обирають засоби «м'якої сили» для реалізації своїх зовнішньополітичних завдань. Мова стосується в першу чергу дипломатичних засобів зовнішньополітичної діяльності. Одним з видів дипломатії держави є публічна та культурна дипломатія. У процесі досягнення зовнішньополітичних цілей вони відіграють чи не найголовнішу роль. Головна мета публічної та культурної дипломатії є формування позитивного та привабливого іміджу держави на міжнародній арені, тим самим насаджуючи вигідні для себе наративи у масовій свідомості населення держав-реципієнтів.

По-друге, міжкультурна комунікація між країнами, яку забезпечує культурна дипломатія, є вкрай важливою для побудови довгострокових, стабільних партнерських, або навіть союзницьких, відносин між ними. Оскільки сама культура є відображенням самобутності та ідентичності кожної окремої нації, міжкультурні зв'язки допомагають різним народам краще порозумітись один з одним, знайти дотичні точки і встановити дружні відносини. Інструменти культурної дипломатії покликані реалізувати це на практиці.

По-третє, під час військових дій важливість теми дипломатичної діяльності держави, як і в політичній, так і в культурній сферах, вкрай актуалізується, адже є інструментом вирішення життєвоважливих проблем національної безпеки. Підтримувати увагу до воюючої країни у міжнародному порядку денному є одним з найважливіших завдань культурної дипломатії. Україна наразі перебуває у стані війни на виживання проти Російської Федерації. У такій ситуації нашій державі вкрай важливо зберегти один з головних індикаторів нашої самобутності – культуру. Завдяки популяризації української культури у світі методами культурної

дипломатії ми зможемо зберегти свою правосуб'єктність, ідентичність та право називати себе «українцями».

Враховуючи вищевикладені фактори, можна вважати тему дослідження культурної дипломатії України в умовах російсько-української війни актуальною для вивчення.

Об'єктом дослідження магістерської роботи є дипломатична діяльність України.

Предметом – культурна дипломатія України під час російсько-української війни.

Ступінь вивченості теми. Дипломатичній діяльності України, зокрема у культурній сфері, під час російсько-української війни присвячено ряд публікацій українських авторів, особливо з експертно-аналітичного середовища. Досліджуючи культурну дипломатію України у воєнний період, українські експерти здебільшого роблять акцент на трансформації принципів дипломатичної діяльності у культурній сфері. Наразі більший акцент робиться на тематиці деколонізації української культури та більш широкого розповсюдження українських студій. Вітчизняні дослідники присвятили ряд робіт особливостям та проблемам міжкультурної взаємодії між Україною та іншими державами, зокрема європейськими. Також, у дослідженнях українських аналітичних центрів широко висвітлюється тема культурної контрпропаганди України у боротьбі з Росією. Водночас робіт закордонних дослідників стосовно висвітлення культурної дипломатії України під час війни не було знайдено. У дослідженнях європейських та американських експертів піднімається тема культурної дипломатичної діяльності у загальному розумінні, її вплив на формування іміджу та репутації держави на міжнародній арені.

Перша група складається з робіт присвячених загальній характеристиці поняття «культурна дипломатія», «м'яка сила», ролі культурної дипломатії у зовнішньополітичній діяльності держави. До цієї групи належать роботи Джозефа Ная [99], Ю. Корнійчука [28], В. Клименко

[21], В. Парчевська [49], І. Паніна [49], К. Савона [64], Крістіни Зак [104], Дімітріоса Камсаріса [91], О. Трача [76], О. Карого [76].

Друга група – роботи, присвячені особливостям культурної дипломатії України, зокрема публікації О. Семченко [66], І. Забіяки [15], Д. Рибачка [61], Т. Грачевської [8], В. Москалу [43], К. Савона [65], Т. Попової [53].

Третя група складається з робіт присвячених проблемі дипломатичної діяльності України у культурній сфері під час широкомасштабної війни з Російською Федерацією. До таких робіт можна віднести дослідження Д. Юр'євої [84], І. Лапіної [34], О. Скачкової [68], В. Шейко [82, 83], І. Заболотного [16], Л. Мельника [36], М. Бліндюка [3], О. Дуденко [12], А. Осипчук [48], Н. Коваль, Д. Терещенко, Ю. Масієнко, К. Загривенко, М. Ірисова, С. Титюк, О. Гайдай, М. Мельник, М. Процюк [22-26].

Метою магістерського дослідження є з'ясування стратегії, методів, засобів і форматів культурної дипломатії України російсько-української війни

Зазначеній меті відповідають такі **завдання**:

- Визначити теоретико-методологічні засади дослідження
- Проаналізувати стан вивчення проблему і обґрунтувати систему дослідницьких методів
- Охарактеризувати правові засади здійснення культурної дипломатії
- Визначити роль профільних міністерств у промоції української культури за кордоном
- З'ясувати ефективність культурної дипломатії України в умовах російсько-української війни

Джерельна база дослідження поділена на 2 групи. До **першої** відносяться офіційні документи, виступи, промови посадових осіб. А саме, Закони України [17-19], Розпорядження [62, 63], Постанови [54, 55], Конституція України [27], Стратегія публічної дипломатії [73], промови та

інтерв'ю міністра закордонних справ України Д. Кулеби [10] та першої леді України О. Зеленської [85, 50]. Друга група джерел складається з матеріалів аналітичних центрів, зокрема Українського інституту, результати опитувань, результати міжнародних досліджень. Наприклад, результати дослідження «Global Soft Power Index» [88] або дослідження сприйняття України у Німеччині [69] та Франції [70].

Методологічна засади та методи дослідження. У процесі дослідження було використано цілий ряд наукових підходів і методів: проблемно-інституційний (для виокремлення інституційної складової проблеми дослідження), традиційний аналіз документів (при вивченні офіційних документів українського уряду, законодавчих актів, стратегій, текстів офіційних промов та публічних виступів), метод контент аналізу (при виявленні пріоритетних проблем дослідження культурної дипломатії України в аналітичних матеріалах), метод івент аналізу (при розгляді основних подій та заходів, які стосувались теми дослідження). Також був використаний історичний підхід (при хронологічній фіксації ключових подій), метод аналізу та синтезу (при виявленні основних принципів та завдань культурної дипломатичної діяльності України). Метод порівняння дозволив визначити як трансформувалась стратегія культурної дипломатії України під час війни. Метод індукції та дедукції використовувався під час узагальнень.

Апробація. Матеріали дослідження були апробовані на міжнародній науково-практичній конференції «Проблеми та перспективи поствоєнної розбудови України», що відбулась 15 листопада 2023 р. на базі МДУ, та у науковому виданні «Вісник МДУ». Назва статті «Культурна дипломатична діяльність країни у контексті широкомасштабної війни», прийнята до публікації.

Практичне значення. Матеріали дослідження можуть бути використані при підготовці лекційних, семінарських занять. Висновки та узагальнення можуть стати в нагоді при розробці національних та регіональних кейсов культурної дипломатії, зокрема освітнього кейсу МДУ.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНА БАЗА ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1 Стан вивчення проблеми і джерела

Проблемі культурної дипломатії України було присвячено багато праць українських авторів. У більшості, цією проблемою займалися експерти з аналітичного центру Українського інституту. У свою чергу, більшість зарубіжних авторів не займалися дослідженням теми української культурної дипломатії, ані у військовий період, ані загалом. В основному вони розглядали проблеми м'якої сили, культурної та публічної дипломатії, їх вплив на зовнішньополітичну стратегію держав та формування їх іміджу на міжнародній арені.

Історіографічна база дослідження була поділена на три окремі групи.

Перша група складається з робіт присвячених загальній характеристиці поняття «культурна дипломатія», «м'яка сила», ролі культурної дипломатії у зовнішньополітичній діяльності держави. До цієї групи належать роботи Джозефа Ная [99], В. Клименко [21], В. Парчевська [49], І. Паніна [49], К. Савона [64], Крістіни Зак [104], Дімітріоса Камсаріса [91].

Американський політолог Джозеф С. Най-молодший вперше викладає у своїх працях – «Bound to Lead: The Changing Nature of American Power» 1990 року та «М'яка сила: засіб досягнення успіху у світовій політиці» 2004 року – концепцію «м'якої сили» [99]. Дослідник наголошує, що держава може отримати бажане через співробітництво з іншими та власну привабливість на відміну від «жорсткої сили», тобто застосування примусу, сили та тиску. Фактично Дж. Най став автором цієї концепції та вперше дав їй характеристику у своїх працях. У своїх працях він намагається систематизувати та продемонструвати різні моделі, як культура може впливати на зовнішньополітичну діяльність окремої держави та міжнародні

відносини загалом. Безумовно, концепція Дж. Ная є базовою для розуміння принципів культурної дипломатії країн.

Також, тему порівняння «м'якої» та «жорсткої» сили у дипломатії продовжувала досліджувати Крістіна Зак, американська дослідниця та політологиня. У своїй праці «The Use of Power in International Relations Discussing Hard & Soft Diplomacy» вона розглядає дві різні форми влади, які країни можуть використовувати в своїх міжнародних відносинах [104]. Враховуючи появу глобальної інформаційної ери, значення м'якої сили зростає, але вона все ще стикається з проблемами отримання інституційної підтримки. Також, дослідниця робить висновок, що якщо країни зможуть скористатися перевагами ресурсів жорсткої сили та розробити стратегії, які компенсують недоліки м'якої сили, можна буде уникнути непотрібного насильства, а країни матимуть можливість співпрацювати у взаємовигідний спосіб.

Американський академік Дімітріос Камсаріс у своїй статті «Cultural diplomacy vs. public diplomacy» розглядає та порівнює поняття «публічної» та «культурної» дипломатії [91]. Він розглядає публічну дипломатію як один з інструментів «м'якої сили» держави, як засіб спілкування держави з іноземною громадськістю. У той час культурна дипломатія, за Д. Камсарісом, це частина публічної дипломатії та зосереджена вона суто на культурі та є комунікацією з іншими урядами та офіційними особами.

Також, окремо хотілося б виділити дослідників, які займались проблемою «культурної експансії» та «культурного геноциду». А саме роботи Едварда Лака «Cultural Genocide and the Protection of Cultural Heritage» [94], Е. Новіч «The concept of cultural genocide : an international law perspective» [98] та Р. Лемкін «Genocide - A Modern Crime» [93]. Польський дослідник Р. Лемкін вперше використовує та вводить поняття «культурного геноциду». У своїх працях зарубіжні дослідники вивчають природу виникнення цього явища, його основні характеристики та прояви, особливо під час військових дій.

Друга група складається з робіт, присвячених особливостям культурної дипломатії України, зокрема публікації О. Семченко [66], І. Забіяки [15], Д. Рибак [61], Т. Грачевської [8], В. Москалу [43], К. Савон [65], Т. Попової [53].

Наприклад, у роботах українських дослідниць Т. Попової «Репутація України у світі. Необхідно покращувати імідж держави» та К. Савон «Міжнародний імідж України: сучасний стан та перспективи розвитку» наводиться аналіз міжнародного іміджу України від часі набуття незалежності і до сучасності. Також у їх працях розглянуті основні проблеми та перспективи іміджевої політики України [53, 64].

У статті політологині Т. Грачевської «Діяльність культурно-інформаційних центрів як компонента культурної дипломатії» проаналізовано особливості діяльності культурно-інформаційних центрів (КІЦ) у контексті реалізації культурної дипломатії та зовнішньополітичної стратегії держав, забезпечення їхніх національних інтересів та національної безпеки [8]. Окремо дослідниця розглядає досвід український КІЦ та критикує їх пасивну діяльність. На її думку, питанню розвитку культурної дипломатії нашої держави через КІЦ не приділялось достатньо уваги, через що на міжнародній арені так і не сформувалось сталого та привабливого образу України.

До того ж проблему культурної дипломатії України піднімали у своїх працях дослідниця Д. Рибак «Культурна дипломатія як інструмент ребрендингу України» та перекладачка І. Забіяка «Культурна дипломатія: від самопізнання до самопрезентації». Д. Рибак приділяє велику увагу питанню культурного брендингу України, характеризує його основні етапи та розглядає феномен бренду «України» у міжнародній політиці [61]. У свою чергу, І. Забіяка розглядає процеси формування образу України на міжнародній арені, його основні принципи та завдання. Також, вона визначає періоди формування іміджу України та головні напрями мистецтва, які

культурна дипломатія пропонує ідентифікувати як «українське» для себе і світу [15].

Третя група складається з робіт присвячених проблемі дипломатичної діяльності України у культурній сфері під час широкомасштабної війни з Російською Федерацією. До таких робіт можна віднести дослідження Д. Юр'євої [84], І. Лапіної [34], О. Скачкової [68], В. Шейко [82,83], І. Заболотного [16], Л. Мельника [36], М. Бліндюка [3], О. Дуденко [12], А. Осипчук [48], Н. Коваль, Д. Терещенко, Ю. Масієнко, К. Загривенко, М. Ірисова, С. Титюк, О. Гайдай, М. Мельник, М. Процюк [22-26], В. Бакальчук [1], А. Бондар [4].

Головні проблеми пов'язані з культурної дипломатією України під час війни, які піднімають українські дослідники, є проблема деколонізації української культури, розвиток українських та кримськотатарських студій, протидія російській культурній пропаганді. Наприклад, останню тему активно досліджували у своїх роботах аналітики Українського інституту Н. Коваль, Д. Терещенко, Ю. Масієнко, К. Загривенко, М. Ірисова, С. Титюк, О. Гайдай, М. Мельник, М. Процюк. У співавторстві вони присвятили ряд аналітичних робіт дослідженню інституцій культурної дипломатії [22, 23] та пропаганди Російської Федерації. У таких працях як: «Росспівробітництво: нестерпна жорсткість «м'якої сили» [24], «Російський прапор буде там, де є російська мова: Фонд «Русский мир» [25] та «Спочатку рублі, тоді гармати: Фонд підтримки публічної дипломатії ім. О. М. Горчакова» [26] – аналітики досліджували стратегії та інструменти культурної дипломатії Російської Федерації, шляхи та методи розповсюдження прокремлівської культурної пропаганди.

Такі дослідники як М. Бліндюк, А. Осипчук, А. Бондар аналізували у своїх роботах – «Вони люблять війну. Чому культура не може бути поза політикою» [3], «Чи можливе мистецтво поза політикою?» [48], «Культура поза політикою? Небезпечна помилка західних еліт» [4] – питання пацифікації та деполітизації мистецтва під час військових дії. Дана концепція

була завдана критики з боку авторів, оскільки культура та міжкультурна комунікація, за їх думкою, є важливою складовою при боротьбі з агресором.

У свою чергу, дослідниця В. Бакальчук у статті «Культурний геноцид як складова частина міжнародного злочину РФ в Україні» розглядає поняття культурного геноциду, спираючись на праці вищезазначених вчених Р. Лемкіна та Е. Нович, а також розкриває його через український досвід у контексті російсько-української війни [1].

У роботах Д. Юр'євої, І. Лапіної, В. Шейко, «Культурна дипломатія під час повномасштабної російсько-української війни» [34] і «Світ відкриває для себе Україну». Деколонізація української культури — чому це важливо» [104], «В епіцентрі уваги: підсумки 2022 року в культурній дипломатії» [83] і «Cancel Russia як інструмент самозбереження» [82], детально розкривається проблематика культурної дипломатичної діяльності під час війни. Автори досліджують як загальні тенденції, так і аналізують конкретні аспекти питання культурно дипломатії України. Наприклад, І. Лапіна у своїй статті піднімає тему деколонізації української культури, процес її сепарації та руйнування російського нарративу про «всеросійську, єдину слов'янську культуру». У свою чергу, В. Шейко, культуролог та генеральний директор Українського інституту, у своїх статтях детально розкриває специфіку діяльності Українського інституту у культурній сфері під час війни, аналізує загальну стратегію культурної дипломатії України та наводить конкретні проєкти та операції УІ у цій сфері, такі як наприклад ініціатива Cancel Russia.

Джерельну базу дослідження становлять офіційні документи українського уряду, тексти промов посадових осіб, а також матеріали досліджень та опитувань Українського Інституту.

До **першої** групи відносяться офіційні документи: офіційні програми, законопроекти, стратегії. За основу дослідження нормативно-правової бази теми магістерської роботи були взяті наступні документи: Закон України «Про засади внутрішньої і зовнішньої політики» [17], «Закон України Про

культуру від 2011 року» [18], «Закон України Про Український культурний фонд від 2017 року» [19], «Розпорядження від 21 червня 2017 р. № 430-р Про утворення державної установи «Український інститут» [63], «Указ Президента України Про Стратегію сталого розвитку «Україна – 2020» [78], «Постанова від 3 червня 2009 р. N 554 Про затвердження Державної цільової програми формування позитивного міжнародного іміджу України на період до 2011 року» [55], «Постанова від 15 жовтня 2003 р. N 1609 Про затвердження Державної програми забезпечення позитивного міжнародного іміджу України на 2003-2006 роки» [54].

Серед інших державних документів, що були вивчені, слід відзначити «Стратегію публічної дипломатії Міністерства закордонних справ України 2021-2025» [73], у якій розкриваються основні засади, принципи, мета та завдання у сфері публічної і культурної дипломатії України. Також, у таких документах як «Стратегія Українського інституту 2020-2024» [74] та «Статут Українського інституту. Редакція 2021 року» [72] затверджено основні положення про діяльність Українського інституту, його мета, місія, завдання та принципи діяльності у культурній дипломатії.

Важливою складовою джерельної бази є виступи та промови посадових осіб та державних діячів України. Слід відзначити промови та інтерв'ю представників Міністерства закордонних справ України, а саме Міністра закордонних справ України Дмитра Кулеби та першої заступниці міністра МЗС Еміне Джапарової. Наприклад, виступ Е. Джапарової на Форумі «Україна 30» [13, 14], або Д. Кулеби на II Міжнародному форумі культурної дипломатії, де він окреслив ключові завдання МЗС у сфері культурної дипломатії [10].

Не менш важливими є промови та інтерв'ю Першої леді України Олени Зеленської. Її виступ на 42-й сесії Генеральної конференції ЮНЕСКО, де вона зробила заяву про захист української культури під час військових дій та захист світової культурної спадщини [46]. Також, її інтерв'ю французькому

виданню L'express про важливість діяльності Представництва Українського інституту у Франції [85].

Також варто відзначити, що частиною джерельної бази дослідження стали й виступи представників Українського інституту, а саме генерального директора Володимира Шейко та його заступника Аліма Алієва [82, 2]. До того ж, були розглянуті їх виступи на панельних дискусіях під час Міжнародного форуму культурної дипломатії 2023.

До **другої** групи джерел відносяться матеріали досліджень та опитувань Українського Інституту. А саме, дослідження УІ щодо сприйняття України у різних європейських країнах. Конкретно про написанні магістерської роботи були проаналізовані результати дослідження сприйняття України у Франції [70] та Німеччині [69].

Окремо виділено результати міжнародного дослідження «Global Soft Power Index», що було реалізовано при підтримці британської консалтингової компанії Brand Finance [88]. Проаналізувавши результати дослідження було визначено місце України у цьому рейтингу.

Основним підходом дослідження став проблемно-інституційний підхід. У рамках дослідження проблема культурної дипломатії України у контексті російсько-української війни була розчленована на ряд вузьких тем, велика увага при цьому приділялась дослідженню діяльності державних інституцій. Проаналізувавши джерельну та історіографічну базу, ми визначили такі вузькі теми: законодавчі норми культурного просування України, стратегія культурної дипломатії України під час війни, окремо діяльність кожної державної інституції у сфері культурної дипломатії України: МЗС, Мінкульт, Український інститут, Український культурний фонд – а також її трансформація у військовий час, діяльність громадського сектору.

Важливим інструментом дослідження став порівняльний метод. Завдяки цьому методу було визначено як трансформувалась культурна дипломатія України під час війни на відміну від довоєнного часу. Не менш

важливим при проведенні дослідження став метод традиційного аналізу документів. Його використовували при вивченні офіційних документів уряду, законодавчих актів, стратегій, текстів офіційних промов та публічних виступів держаних та громадських діячів, прес релізів. Метод контент аналізу допоміг при виявленні пріоритетних проблем дослідження культурної дипломатії України в аналітичних матеріалах. Метод івент аналізу був використаний при розгляді основних подій та заходів, які стосувались теми дослідження, їх аналізу. Окрім цього був використаний історичний підхід при хронологічній фіксації ключових подій. Для виявлення основних принципів та завдань культурної дипломатичної діяльності України – метод аналізу та синтезу. Метод індукції та дедукції використовувався при написанні висновків.

1.1. Категорійний апарат. Культурна дипломатія і імідж держави як вияви «м'якої сили»

Протягом історії держави використовували різні інструменти влади для досягнення своїх цілей. 21-е сторіччя принесло критично глобальну трансформацію, яка, у свою чергу, призвела до більш глобально пов'язаної спільноти, де національні держави все частіше стикаються з різними політичними та соціально-економічними проблемами. Зростаюча геополітична напруженість на тлі глобалізаційних процесів, що активно розвиваються, змінили спосіб взаємодії країн між собою та здійснення їх дипломатичних зусиль. Два типи сили, «жорстка» та «м'яка», мають переваги та недоліки у сфері зовнішньої політики [104].

Різниця між м'якою та жорсткою силою в міжнародній політиці полягає у застосуванні характеру сили. Ресурси м'якої сили – це привабливі атрибути країни, такі як громадянське суспільство, права людини та можливості для індивідуального успіху, які надихають інші країни бажати тих самих цілей. Жорстка сила примушує до виконання зобов'язань через

такі стимули, як військова сила, економічні санкції чи контроль над експортом, щоб змусити політиків в інших країнах погодитися.

Але у сучасній міжнародній системі країни все частіше використовують інші, так би мовити «м'якші» форми впливу, щоб скористатися перевагами зростаючої соціальної мобілізації. М'яку силу можна визначити багатьма способами, але за своєю суттю це форма дипломатії, яка використовує переконання та залучення, щоб сформувати уподобання іншої країни, щоб змусити її діяти так, як інакше б вона не діяла. Джозеф Най-молодший вперше використав термін «м'яка сила» в 1990 році, і з тих пір ця концепція залишається практично незмінною. Якщо ви можете переконати національну державу, що вона хоче робити те, що ви хочете, тоді немає потреби змушувати її. З точки зору поведінки, м'яка сила — це сила привабливості, а з точки зору ресурсів — це наявність активів, які створюють привабливість [28].

Ця форма влади спирається насамперед на привабливу культуру держави, її відданість політичним цінностям, а також моральність і легітимність їхньої зовнішньої політики. Най стверджував у своїй книзі «Bound to Lead», що держави мали альтернативний інструмент влади, який базувався на їхніх культурних та ідеологічних зверненнях до інших націй і громадськості. Держава повинна стратегічно використовувати свій позитивний імідж своєї культури, політики та інститутів, щоб бути ефективною. Вирішальним компонентом ефективності є передача позитивної інформації з метою сприяння створенню середовища, у якому уряди мають змогу розробляти політику і будувати тривалі та довгострокові міжнародні відносини [99].

Ця ідея м'якої сили часто згадується в аргументах на користь публічної дипломатії. Публічна дипломатія, яку іноді називають «народною дипломатією», — це взаємодія та спілкування уряду з іноземною державою з метою досягнення розуміння та підтримка культури, ідеології, цілей і політики цієї країни. Ця форма дипломатії діє шляхом мобілізації цих

ресурсів і привернення до них уваги різними способами, такими як телемовлення та культурні обміни, в надії залучити не лише інші уряди, але й громадськість. Він виникає у зв'язку між урядом, громадською думкою та ЗМІ. Як тільки нація може впливати на громадян країни, вони, у свою чергу, впливають і на уряд, оскільки уряд змушений реагувати на вимоги своїх громадян [92].

Позитивний імідж, створений країною завдяки цим зображенням або трансляціям, може викликати настільки сильне почуття захоплення, що іноземні країни намагаються наслідувати дії та політику цієї країни. Як тільки країна може викликати захоплення в очах іншої нації, їхній вплив м'якої сили зростає, оскільки вони успішно створили країни, які добровільно діятимуть у спосіб, що сприятиме інтересам країни м'якої сили. Якщо контент країни непривабливий і його транслюють, це може досягти зовсім протилежного ефекту, і м'якої сили не буде. Без довіри з боку нації публічна дипломатія не зможе перетворити привабливі культурні аспекти та ресурси на силу привабливості, яка лежить в основі м'якої сили [64].

Публічна дипломатія є одним із ключових інструментів «м'якої сили», і це було визнано дипломатичною практикою задовго до сучасних дебатів щодо публічної дипломатії. Як стверджує П. Шарп, публічна дипломатія — це процес, за допомогою якого встановлюються прямі стосунки з людьми в країні для просування інтересів і поширення цінностей тих, кого представляють. Г. Тач визначав публічну дипломатію процесом спілкування уряду з іноземною громадськістю, а її головною метою вважав досягнення розуміння ідей та ідеалів своєї держави, культурного пізнання нації, розуміння її політичних цінностей. Б. Хокінг стверджує, що публічна дипломатія спрямована на іноземну громадськість, і стратегії роботи з такою громадськістю слід відрізнити від внутрішньої соціалізації дипломатії. Тим не менш, відокремлення публічних справ із внутрішньою аудиторією від публічної дипломатії у роботі з закордонною аудиторією все більше суперечить «взаємопов'язаним» реаліям глобальних відносин.

Загальновідомо, що інформація, спрямована на внутрішню аудиторію, часто досягає зарубіжної громадськості, або навпаки, але зв'язок між громадськими справами та публічною дипломатією став ще складнішим. Публічна дипломатія показана як односпрямований інформаційний потік, але спрямований на донесення позитивних аспектів країни до іноземної громадськості.

Основна відмінність між традиційною дипломатією та публічною дипломатією полягає в тому, що перша стосується відносин між представниками держав або іншими міжнародними акторами; в той час як остання націлена на широку громадськість в іноземних суспільствах і більш конкретні неофіційні групи, організації та окремих осіб [91].

Культурна дипломатія розглядається або як ядро публічної дипломатії, або як підгрупа публічної дипломатії. Це інструмент, який країна може використовувати, щоб висловити свої інтереси та позицію світові, і може включати академічні, професійні, культурні та студентські програми обміну, конференції та лекції з економічних і соціальних проблем, літератури, кіноіндустрії, театрального мистецтва, художні виставки та вистави, а також танцювальні та музичні концерти. Зрозуміло, що існує безліч майданчиків і можливостей, які дозволяють налагодити конструктивний діалог і створити позитивний імідж країни [100].

Ми будемо розглядати культурну дипломатію як вид публічної дипломатії, який включає обмін ідеями, інформацією, мистецтвом, мовою та іншими аспектами культури між націями та їх народами з метою сприяння взаєморозумінню. Наполегливість культурної дипломатії полягає в тому, щоб іноземна нація розвинула розуміння національних ідеалів та інституцій, щоб створити підтримку для економічних і політичних цілей.

Активне використання поняття «культурна дипломатія» почалося у ХХ ст. Вперше його використав американський дослідник Федерік Баргхорн у 1930-х рр. Він пояснював поняття «культурної дипломатії» як інструмент маніпуляції культурною з метою пропаганди та впливу на іноземну

громадськість. Американський політолог Мілтон Каммінгс охарактеризував це поняття дещо інакше. У його розумінні, це був обмін ідеями та інформацією, традиціями та цінностями з метою міжкультурної комунікації та подальшого кращого взаєморозуміння між націями.

Мета культурної дипломатії полягає в тому, щоб вплинути на іноземну аудиторію та побудувати довгострокову перспективу, як своєрідний резерв доброї волі, щоб завоювати підтримку в інших країнах. Цей вплив має різні наслідки: від національної безпеки до збільшення туристичних і комерційних можливостей. Культурна дипломатія є одним із способів підтримки культурного суверенітету нації, і якщо культура використовується для просування цілей зовнішньої політики, тоді держава має особистий інтерес інвестувати у вітчизняну культуру, щоб мати що продавати та демонструвати культуру на міжнародному ринку [91].

Неоліберальна концепція Джозефа Ная стала основою сучасної концепції культурної дипломатії. У своїх працях він порівнював два способи впливу на міжнародній арені: «жорстку силу» та «м'яку силу». Пояснюючи м'яку силу, Най згадав культурну дипломатію та публічну дипломатію як інструменти зовнішньої політики для посилення м'якої сили.

Дж. Най вважав, що влада є здатністю впливати на інших, і таким чином отримувати від них бажані результати. Впливати на інших можна як «жорсткими способами», так і «м'якими». До «жорстких» дослідник відносив в першу чергу методи примусу, тиску, агресії. У свою чергу, «м'якими» називав ті, що спираються на здатність формувати уподобання інших. У своїх працях Дж. Най описує головні механізми, за допомогою яких держава здатна реалізовувати свою «м'яку силу». По-перше, він згадує культуру, важливо щоб вона була достатньо приваблива для більшості. По-друге, політичні цінності. У даному випадку важливим є їх уподібнення і збігання з цінностями того, на кого спрямована взаємодія. По-третє, зовнішня політика, яка несе абсолютний моральний авторитет та легітимність [28].

До того ж, дослідник виділяв рівні, на яких може держава здійснювати свою культурну дипломатію. Він виділяв державний рівень. Його метою було просувати національні інтереси держави через уряди, органи державної влади інших держав, з якими відбувалась взаємодія. Наступний це суспільний рівень. До них Дж. Най відносив діяльність громадського сектору, громадських організацій, окремих фізичних осіб, чия діяльність сприяє культурно обміну та міжкультурній взаємодії. Останнім дослідник виділяв приватний рівень. Він реалізовується вже на рівні приватних компаній та зв'язків, зацікавлених у культурній комунікації та обміні [100].

Окрім розвитку культурної дипломатії важливим аспектом для держави є і дбання про формування її позитивного іміджу на міжнародній арені. Політика формування позитивного іміджу має ряд цілей. У першу чергу, це захист державою своїх національних інтересів. У другу, допомагає при досягненні зовнішньополітичних цілей держави та реалізації її зовнішньополітичної стратегії. І по-третє, однією з головних цілей формування іміджу є створення та залучення підтримки держави світовою спільнотою, налагодження партнерських та союзницьких відносин [71].

Імідж країни формують: візуальні символи (наприклад, пам'ятки архітектури, національна символіка), події (фестивалі, спортивні змагання, виставки) та персонажі (історичні постаті, легендарні особистості, літературні та кіногерої). Для того, щоб країна отримала статус брэнда необхідне стратегічне управління її іміджем, яке, своєю чергою, передбачає: виокремлення та вивчення цільових груп, створення та активна популяризація «іміджевих магнітів» (візуальних символів, подій, персонажів); поширення бажаної інформації в цільових групах, з метою впливу на них [76].

Існує багато трактувань категорій «брэнд» і «брэндинг» стосовно держави. Найвідомішим є визначення відомого британського експерта з брэндингу С. Анхольт. На його думку брэндинг це процес вироблення комунікації та поведінки держави на міжнародній арені задля демонстрації

своєї ідентичності та реалізації стратегії національної безпеки. Суть брендингу полягає у позиціонуванні держави у свідомості її громадян, серед іноземних стейкхолдерів та на глобальному ринку. Успішний брендинг підвищує привабливість країни для інвесторів, кваліфікованих робітників і туристів та здобуває високий ступінь довіри серед міжнародної спільноти. За словами дослідника П. ван Хама, «державам без бренду» доводиться боротись за залучення економічних ресурсів та політичну увагу [90].

М'яка сила та конкурентоспроможний бренд країни є одними з важливих компонентів публічної дипломатії. Країни з ефективним брендом країни також можуть здійснювати ефективну культурну дипломатію. Брендинг країни – це створення унікальної презентації, яка приваблює цільову аудиторію культурним розмаїттям і багатством країни. Національний бренд втілює загальну презентацію багатьох елементів разом із національною ідентичністю країни. Цінності бренду країни – це сума оригінальних і хороших аспектів країни.

М'яка сила та національний брендинг — це дві тісно пов'язані концепції. Національний брендинг стосується того, як нація в цілому представляє себе іншим націям, тоді як публічна дипломатія є підмножиною брендингу нації, яка зосереджується на політичному бренді нації. Бренд держави має відповідати таким вимогам: бути оригінальним та асоціюватися з країною; легко адаптуватися до змін та інновацій у відповідь на міжнародні умови; спиратися на стійкі цінності та культурні особливості держави; для його створення та просування необхідна команда експертів з різних галузей; логотип повинен містити елементи слогану (обов'язково назву країни) та національного символу (герб, прапор).

Таким чином, бренд країни – це сукупність характеристик, які визначають національний та ексклюзивний характер конкретної країни і сприяють формуванню позитивного іміджу держави в системі міжнародних відносин. Поняття «імідж держави», у свою чергу, можна охарактеризувати як сукупність певних реальних і штучно створених характеристик про

державу, її цінності, інформація про неї з метою впливу на іноземну громадськість поза межами держави та формування її позитивного образу у масовій свідомості іноземців суспільну свідомість [87, 90].

Основна відмінність між брендом та іміджем полягає в тому, що останній є сприйняттям певної країни зовнішнім світом. Іншими словами, імідж може бути позитивним або негативним, але бренди здебільшого позитивні, оскільки вони формуються державою на основі певних позитивних характеристик. Бренди впливають на позитивний міжнародний імідж країни і стають його частиною. Країні без бренду набагато складніше повернути до себе політичну та економічну увагу. Тому імідж, репутація та довіра є необхідними політичними елементами стратегічного капіталу країни.

Таким чином, поняття культурної дипломатії, іміджу та національного брендингу є частиною реалізації «м'якої сили» кожної окремої держави. Культурна дипломатія є спробою познайомити громадськість іноземних країн з цінностями держави, її ідеями, традиціями, звичаями тощо. Це інструмент завдяки якому і формується сталий образ країни у світі – її імідж та бренд. У свій час, вони визначають місце держави у міжнародному просторі та її успіх у досягненні своїх цілей.

Висновки до розділу 1

Аналіз стану вивченості дипломатичної діяльності України у сфері культури під час російсько-української війни дозволяє говорити про значущість та актуальність даної теми. Вивченням цієї проблеми займались в основному українські науковці, такі як: Н. Коваль, Д. Терещенко, Ю. Масієнко, К. Загривенко, М. Ірисова, С. Титюк, О. Гайдай, М. Мельник, М. Процюк та інші. У свою чергу зарубіжні експерти не вивчали дану тему. У своїх дослідженнях вони піднімають проблему культурної дипломатії держави в загальному її розумінні, концепції «м'якої сили», проблему

культурного геноциду під час військових дій. До таких авторів можна віднести Джозефа Ная, Крістину Зак, Дімітріоса Камсаріса, Елізу Новіч тощо.

Джерельна база дослідження складається з офіційних документів українського уряду, матеріалів ЗМІ, текстів промов державних діячів, результатів досліджень аналітичного центру Українського інституту та інших міжнародних досліджень. Аналіз джерельної бази дозволяє визначити нормативно-правову базу дипломатичної діяльності України у сфері культури, концептуальні засади стратегії культурної дипломатії України в умовах війни, проаналізувати діяльність органів державної влади та їх трансформацію у сфері культурної дипломатії.

Основними термінами, які застосовуються у дискурсі про культурну дипломатію України є «м'яка сила», «публічна дипломатія», «культурна дипломатія», «іміджева політика та імідж», «брендингова політика та бренд держави». Ці поняття широко розповсюджені як в дослідженнях зарубіжних та вітчизняних експертів, так і в офіційних урядових документах.

Основним підходом, який застосовувався при дослідженні став проблемно-інституційний підхід.

РОЗДІЛ 2.

ПРАВОВІ ТА ІНСТИТУЦІЙНІ ЗАСАДИ КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ УКРАЇНИ

2.1 Законодавчі норми культурної дипломатії України

У 1991 р., після отримання незалежності, Україна почала реалізовувати власну незалежну зовнішньополітичну діяльність та дипломатичну діяльність, у тому числі й культурну. З початком демократичних перетворень з'явилася перспектива інтегруватися у міжнародний культурний простір. Для України обрання демократичного шляху розвитку стало основним компонентом її «м'якої сили». Законодавство України про культуру складають ряд документів та нормативно-правових актів. До них можна віднести, у першу чергу, Конституцію України [27], а також Закон України «Про культуру» від 14.12.2010 р. [18] та низку інших законів, що регламентують діяльність у сфері культури. Туди ж можна віднести і міжнародні договори про міжкультурну комунікацію між Україною та іншими державами.

Нормативно-правовою базою для розвитку культурної дипломатії в Україні стало: Закон України Про засади внутрішньої і зовнішньої політики від 01.07.2010 р. [17], Закон України Про культуру (Розділ VIII Міжнародні культурні зв'язки) від 14.12.2010 р. [18], Закон України про вивезення, ввезення та повернення культурних цінностей від 21.09.1999 р., а також двосторонні та багатосторонні угоди про культурне співробітництво.

Отже, почнемо аналіз законодавчих норм, що стосуються культурного просування України з самого початку. У Конституції України немає пунктів, які б торкалися теми культурного просування нашої держави на міжнародній арені. Єдине, це зазначено основні положення, наприклад в Статті 11, що «держава сприяє консолідації та розвиткові української нації, її історичної свідомості, традицій і культури», а у Статті 12 зазначено – «держава дбає про

задоволення національно-культурних і мовних потреб українців, які проживають за межами держави.» Також, у Конституції згадується тема культурної спадщини, у Статті 54 зазначається, що «культурна спадщина охороняється законом», а також «держава забезпечує збереження історичних пам'яток та інших об'єктів, що становлять культурну цінність, вживає заходів для повернення в Україну культурних цінностей народу, які знаходяться за її межами» [27]. Тобто тема українства закордоном торкається лише побічно, тим більше тема презентації України на міжнародній арені не згадується взагалі.

Що стосується Закону України «Про культуру», то в ньому зазначено, а саме у Статті 2, що він «регулює міжнародні культурні зв'язки України, а також переміщення культурних цінностей через державний кордон». Найвідповідніша інформація темі дослідження міститься у Розділі VIII «Міжнародні культурні зв'язки». А саме, у Статті 33 та 34 зазначається, що по-перше, «державне сприяння міжнародному культурному співробітництву». По-друге, держава має піклуватись про задоволення національно-культурних потреб українців, які проживають закордоном. Знову ж таки, жодної інформації про формування позитивного іміджу закордоном, репутації, культурну брендингову політику у Законі не зустрічається [18].

Варто також окремо зазначити Закон Про «Український культурний фонд» від 23.03.2017 р. Згідно нього Український культурний фонд (УКФ) це бюджетна установа. Її головна задача сприяти національно-культурному розвитку України. У Статті 3 затверджено, що УКФ покликаний задля популяризації української культури та мистецтва, формування позитивного іміджу України у світі; підтримка та реалізація культурних проєктів закордоном тощо. Тобто вперше у законодавчій базі про культуру в Україні ми стикаємось з поняттям іміджу нашої держави на міжнародній арені [19].

У Законі України «Про засади внутрішньої і зовнішньої політики» від 01.07.2010 р. теж не піднімається питання підтримки іміджу нашої держави

на міжнародній арені, культурної дипломатії, брендингової політики. Єдине, що цей документ повторює тезу з Закону України «Про культуру», а саме: «держава піклується про задоволення національно-культурних потреб українців закордоном» - це зазначено у Стаття 11. Засади зовнішньої політики [17].

Уперше в Україні питання формування позитивного іміджу України підняли у 2003 році. Тоді, Кабінетом Міністрів України була прийнята Постанова від 15 жовтня 2003 р. Про затвердження Державної програми забезпечення позитивного міжнародного іміджу України на 2003-2006 роки від 15.10.2003 р. У Програмі зазначалось, що вона спрямована на підвищення позитивного міжнародного іміджу України на 2003-2006 рр., передбачає вироблення єдиного комплексного підходу до формування та здійснення інформаційно-пропагандистської політики держави. Загалом основними завданнями Програми було проведення комплексної інформаційно-пропагандистської політики з метою забезпечення позитивного іміджу України; пропагування та поширення інформації про здобутки української культури та сприяння туризму. За результатами Програми було створено єдиний веб-портал МЗС на багатьох мовах. У ньому було об'єднано електронні сторінки усіх дипломатичних представництв України за кордоном. Також, була створена мережа інформаційно-культурних центрів України за кордоном при дипломатичних представництвах нашої держави. Була перша спроба створення всеукраїнського бренду – проведення загальноукраїнського конкурсу на кращу торгівельну марку української продукції [54].

Постанову 2003 року замінила Постанова Про затвердження Державної цільової програми формування позитивного міжнародного іміджу України на період до 2011 року від 03.06.2009 р. Головними завданнями Програми можна виокремити стало організація і проведення інформаційної кампанії, задля підвищення рівня проінформованості міжнародного співтовариства про Україну, зміцнення міжнародного авторитету, підтримка курсу на

європейську інтеграцію. У цьому документі було детально прописано, які саме заходи плануються провести протягом зазначеного періоду для досягнення поставленої мети. В основному, вони стосувались розробки стратегії позиціонування України на міжнародній арені, плану по використанню ЗМІ з цією ж метою, проведення наукових семінарів, продовження розвитку інформаційних веб ресурси, з метою викладення там матеріалів іноземними мовами спрямованих на популяризацію країни. Зовсім новими пропозиціями стало залучення закордонних експертів з питання іміджу, а також проведення соціологічних опитувань та досліджень закордоном з метою з'ясувати реальне ставлення до України у пересічних громадян іноземних держав [55].

Згідно низки досліджень у період до 2013 року, Україна сприймалася переважно як молода демократія перехідного періоду, основними асоціаціями з нашою країною були «Помаранчева революція», «спортсмени», «гарні жінки». А загалом, Україна користувалась репутацією маловідомої, невливової держави, політично нестабільної, з великою проблемою корупції, неефективною владою, поганим інвестиційним кліматом. У висновку, заходи Державної програми забезпечення позитивного міжнародного іміджу України на 2003–2006 роки, Державної цільової програми формування позитивного міжнародного іміджу України на період до 2011 року не змогли покращити цю ситуацію [49].

До теми формування позитивного іміджу України законодавчі органи знов повернулись у 2015 році. Тоді була прийнята «Стратегія сталого розвитку «Україна – 2020». Основним завданням Стратегії стало впровадити європейських стандартів життя в Україні та здійснити кроки, за допомогою яких Україна зможе підняти свій авторитет та вийти на провідні позиції у світі. У Стратегії було зазначено декілька векторів розвитку, одним з яких став «вектор гордості». Згідно цього вектору планувалось створення Програми популяризації України у світі та просування інтересів України у світовому інформаційному просторі та Програми створення бренду

«Україна». У результаті, «Стратегія України – 2020» заклала теоретичну платформу дій по впровадженню позитивного образу України на міжнародній арені. Важливим кроком в інституційному плані стало створення у 2014 році Міністерства інформаційної політики. Під егідою Міністерства починається активна політика популяризації України у світі, нашої мови, літератури, кінематографу, та культури загалом [78].

Якщо говорити про сьогоднішній день, то основні засади культурної дипломатії України зараз внесені в «Стратегію публічної дипломатії Міністерства закордонних справ України 2021-2025» від 24.03.2021 р. У ній зазначені основні напрями публічної дипломатії України. Серед них можна виокремити культурну, економічну, науково-освітню тощо. Не менш важливим для культурної дипломатії, згідно Стратегії, є просування теми протидії агресії РФ проти України, деокупації, пропаганди, яка несе у собі дезінформацію та інше.

До того, згідно Стратегії, культурна дипломатія є політикою «м'якої сили» держави. Головна її мета це популяризація України, формування позитивного іміджу та репутації нашої держави у світі, реалізація міжкультурного діалогу з іншими країнами [73].

2.2 Культурна дипломатія і іміджева політика в діяльності Міністерства закордонних справ України

В інституційному плані за реалізацію культурної дипломатії в Україні відповідальні такі інституції, як: Міністерством закордонних справ, Міністерством культури та інформаційної політики, Український інститут. Також до таких можна віднести Міністерство молоді та спорту, Міністерством освіти і науки, Український Інститут Книги. Окрім цього, міжкультурне співробітництво можливо розвивати не тільки на державному, а і на місцевому та обласному рівні, або за підтримки центрального уряду, або є самостійно, шляхом організації різних мистецьких заходів, фестивалів, наукових конференцій.

Міністерства тісно співпрацюють та взаємодіють між собою у питаннях реалізації культурної дипломатії України. Ще одним центральним органом, де можлива координація дій з даного питання є Офіс Президента України. Більше того, можлива взаємодія не тільки з державними структурами, а і з неурядовими організаціями, які займаються формуванням позитивного іміджу України у світі.

МЗС України визначає головні пріоритети, стратегічні цілі, завдання при реалізації культурної дипломатії, забезпечує фінансування. Також координує роботу Українського інституту, дипломатичних установ та інших інституцій у сфері культурної дипломатії. Ще одним завданням МЗС є погодження заходів, проєктів, ініціатив, що є частиною реалізації культурної дипломатичної діяльності України [15].

Одним із основних допоміжних органів МЗС у сфері культурної дипломатії є культурно-інформаційні центри при дипломатичних представництвах України за кордоном. Історія діяльності КІЦ (культурно-інформаційні центри) при дипломатичних представництвах України починається від 2006 року. КІЦ було створено на виконання Указу Президента України «Про культурно-інформаційний центр у складі закордонної дипломатичної установи України» № 146/2006 від 20 лютого 2006 року. Завданням КІЦ стало сприяння розвитку міжнародного співробітництва України в державі перебування в галузі культури, освіти, науки та техніки, туризму, фізичної культури і спорту.

З моменту свого створення, формат їх діяльності потерпів чимало змін та реформацій. Варто зазначити, що ресурсні можливості та потенціал центрів в різних країнах дуже різний. Особливо активно КІЦ діяли в країнах, де українська діаспора була найбільша, наприклад у Канаді. Більшу частину свого існування робота КІЦ обмежувалась протокольними заходами або заходами «з інформаційно-роз'яснювальної роботи» із нагоди українських державних свят, як: Дня Соборності України, Міжнародного дня рідної мови або Шевченківських днів. Це були здебільшого формальні заходи, пов'язані з

обмінами делегаціями. Основною проблемою було висвітлення інформації про Україну, що переважно стосується лише минулого нашого народу та наших традицій. У той час, розвиток актуальної культури та громадського суспільства залишався поза увагою [8].

Основними факторами, що вплинули на неповноцінність роботи КІЦ були: обмеженість бюджетного фінансування; відсутність висококваліфікованих кадрів, особливо в галузі культурного менеджменту, іміджевої політики, PR тощо; недостатня залученість державних відомств, у чий компетенції перебувають КІЦ; відсутність аналізу та прогнозування діяльності КІЦ.

У 2015 році керівником інформаційно-культурного центру у Франції було призначено Ірену Карпу. З цього моменту у діяльності КІЦ починаються позитивні зміни. Ірен Карпа є українською письменницею та громадською активісткою, свою посаду обіймала з 2015-2019 рр. Особливу увагу у своїй діяльності приділили питанням іміджу України та просуванню українського культурного продукту в Європі. Важливим інструментом своєї роботи Ірена Карпа вважала формування програми заходів відповідно до попиту і працювала по принципу «open call», коли митці, куратори та видавці самі надсилають проєкт на розгляд. Діяльність її команди в культурно-інформаційному центрі в Парижі була спрямована, в першу чергу, на повернення права називати українських митців «українськими», яких закордоном вважали російськими.

Після подій 2014 року, Революції Гідності та початку конфлікту на Сході України, діяльність КІЦ суттєво активізувалась. Україні була необхідна підтримка міжнародного співтовариства. Одним з інструментів і стало формування позитивного іміджу України в очах міжнародної спільноти. Як приклад, можна навести діяльність посольства України в Федеративній Республіці Німеччина. КІЦ при українському посольстві в Німеччині було організовано понад 100 різних заходів, присвяченим подіям 2014 року. Серед них виставка «The Ukrainians»; фотовиставка «Майдан.

Обличчя та історії», що проходила 25 березня 2014 р. у м. Гамбург, «Фестиваль миру» [8, 21].

До того ж, одним з проєктів МЗС на підтримку позитивного іміджу України за кордоном стало створення UKRAINE.UA. UKRAINE.UA – це сайт та інформаційний цифровий портал про сучасну Україну створений спеціально для іноземної аудиторії. Сайт був запущений у 2021 році і став офіційним сайтом України. Пізніше, UKRAINE.UA. стало цілою цифровою екосистемою і наразі до неї входить не тільки офіційний сайт, а й сторінки у соціальних мережах. Згідно звітів МЗС, у 2022 році аудиторія каналів Ukraine.ua, а саме аккаунтів у Facebook, Instagram, Spotify, LinkedIn, TikTok, Twitter та Youtube, а також на офіційному сайті України, зросла в понад 10 разів, порівняно з попереднім роком. Наразі загальна кількість фоловерів перевищило 1 мільярд. В Instagram UKRAINE.UA увійшла до топ-5 офіційних сторінок країн світу. Проєкт МЗС можна назвати по-справжньому успішним, про це каже загальна кількість аудиторії, увагу якої змогли привернути до України за такий короткий час. UKRAINE.UA стала досить ефективним інструментом у формуванні позитивної репутації України в світі [102].

2.3 Культурна дипломатія в діяльності Міністерства культури та інформаційної політики України

Міністерство культури та інформаційної політики (МКІП) теж грає значну роль у формування нашого позитивного іміджу на міжнародній арені. МКІП та МЗС у питанні культурної дипломатії працюють у тандемі та мають спільні проєкти, такі як створення Українського інституту. Що ж стосується окремо МКІП, то у свої структурі він має Директорат стратегічного планування і європейської інтеграції та Управління міжнародного співробітництва. Ці органи відповідають у більшості за розроблення, укладання та виконання положень договорів у сфері культури з іноземними державами.

У повну сферу управління МКІП також входить і діяльність Українського інституту книги (УІК). УІК є державною установою при Міністерстві культури та інформаційної політики України. Він був створений у 2016 році. Головними завданнями УІК було виконувати дії на формування державної політики України у книжковій галузі, займатись популяризацією української літератури у світі, підтримувати перекладацьку діяльність. Одним із завдань Інституту є підтримка українських та іноземних видавництв, які видають книги українською мовою. Проводяться консультації стосовно дотримання законодавства України, надається допомога в одержанні необхідних ліцензій, забезпечується інформування про наявні програми фінансування і т.д. За просування української літератури за кордоном відповідає Відділ міжнародних відносин, виставкової діяльності та читання [95].

Ще одним проєктом МКІП у сфері іміджевої політики стало ініціювання у 2017 році створення Концепції популяризації України у світі. Основною метою Концепції стало популяризація України у світових інформаційних ресурсах, формування позитивного іміджу на міжнародній арені, висвітлення інформації про Україну, демонструючи її сильні сторін, з метою залучення інвестицій та покращення туризму. Також, згідно Концепції було передбачено створення єдиного бренду для просування України [66].

Цим брендом став створений у 2018 році бренд під назвою Ukraine NOW. Він був розроблений креативною компанією Vanda Agency. Ukraine NOW стала наймасштабнішою міжнародною маркетинговою кампанією українського уряду. При підготовці бренду з початку було проведено масштабе дослідження за підтримкою британського уряду. Метою дослідження було з'ясувати, як сприймають Україну за кордоном. У результаті, дослідження показало, що основні асоціації з Україною у пересічних громадян іноземних держав це «корупція», «революція» та «бойові дії». Люди закордоном сприймають українців як досить агресивних, замкнених, закритих та нетолерантних людей. Стало зрозуміло, що з такою

репутацією в Україну складно буде привабити туристів та інвестиційні потоки. З метою зміни ситуації та ставлення до українців Україні став потрібен бренд, яким і став Ukraine NOW. Візуальний бренд Ukraine Now застосований в оформленні сайту Ukraine.ua [101].

Відразу після презентації нового бренду навколо нього спалахнула жвава дискусія у соцмережах з критикою щодо доречності візуальної складової та механізму затвердження. Наприклад, цілій низці представників українського культурного сегменту лого видалось невиразним та банальним: головний редактор українського інтернет-журналу про фотографію Bird in Flight Євген Сафонов написав у своїх соцмережах, що новий бренд геть не відрізняється від попередніх; член ГО «Центр UA» Андрій Андрушків розкритикував дії уряду при створенні бренду, на його думку, у створенні мали брати участь усі зацікавлені сторони, чого насправді не відбулось при прийнятті рішення щодо нового бренду; історик мистецтва та дизайнер Ігор Дудник висловився, що лого є максимально «універсальним» та неоригінальним, замість України у фразі Ukraine NOW можна вставити будь-яку іншу країну і цього не одразу помітиш. Окрема дискусія у соціальних мережах розгорнулася навколо схожості бренду з лого одного з підрозділів відомого порно-ресурсу. Тим не менш, незважаючи на шквал критики, є ті, кому новий бренд сподобався і хто став на його захист. Так, графічний дизайнер Ярослав Белінський відмітив лаконічність, простоту та сучасність бренду, а також відсутність «шароварщини». На його думку, бренд вийшов максимально зрозумілим та універсальним для різних контекстів, ідеальний для запам'ятовування. Отже, створення Ukraine NOW отримало як багато позитивних, так і негативних відгуків, тим не менш, мало кого залишило байдужим [67].

2.4 Український Інститут (Інститут Тараса Шевченка) у реалізації культурної дипломатії

Питання про створення Українського Інституту стало одним із найбільш дискусійних у культурному середовищі. Український інститут мав стати вагомим кроком назустріч впровадженню політики культурної дипломатії, побудувати чітку стратегію, правову унормованість, сформувати систему функцій та завдань. [74]. Сьогодні Український інститут організацією, що здійснює власні проекти у сфері культурної дипломатії. Фактично, УІ став координаційним та ідейним центром як для державних закордонних установ України, так і недержавних при плануванні та реалізації культурних проектів за кордоном. Головними завданнями УІ є просування іміджу України на міжнародній арені, сприяння міжнародним обмінам, міжкультурній комунікації, популяризація української мови у світі тощо[40, 72].

Однак, відразу після створення УІ органи державної влади зіткнулись з рядом проблем пов'язаних зі реалізацією та забезпеченням ефективної роботи Інституту. У першу чергу, питання стосувалось відсутності спільної позиції МЗС та Мінкульт України щодо стратегії та майбутньої діяльності Інституту у сфері культурної дипломатії. По-друге, була фактично відсутня залученість експертів та громадськості до процесу створення та розбудови Українського Інституту. По-третє, за відсутності стратегічного бачення її діяльності, нашвидкуруч розроблялися проекти документів, такі як: «Концепція створення Українського інституту», проект Закону «Про Український інститут». Як результат некоректної підготовки документів, у Концепції взагалі не було визначено кроків, стратегії і основних положень, які стосувались б процесу створення УІ. До того ж, знову ж таки відсутність експертної залученості у процес підготовки нормативно-правової бази для діяльності інституту.

Таким чином, можна сказати, що початок реалізації ідеї про створення Українського інституту був вкрай важким. Але все ж таки, у червні 2017 року

Кабінет Міністрів України підтримав пропозицію Міністерства Закордонних Справ щодо створення Українського інституту. Так, 28 лютого 2018 року наказом міністра закордонних справ П. Клімкіна було затверджено Статут державної установи «Український інститут» [72].

На сьогоднішній день, УІ керується Стратегією Українського інституту на 2020-2024 роки, який визначає основи його діяльності та функціонування. Згідно неї місія Інституту визначена як «зміцнення міжнародної та внутрішньої суб'єктності України засобами культурної дипломатії», а одна зі стратегічних цілей – «покращення розуміння та впізнаваності України серед закордонних аудиторій». Також в Стратегії зазначений список пріоритетних країн, де УІ активно розбудовує свою діяльність, з метою ефективної реалізації своєї місії. Географія діяльності УІ наразі охоплює 28 країн (Австрію, Велику Британію, Естонію, Іспанію, Італію, Латвію, Литву, Нідерланди, Німеччину, Польщу, Португалію, Сербію, Угорщину, Францію, Хорватію, Чехію, Швейцарію, Швецію, Канаду, США, Ізраїль, Індію, Ірак, Іран, Китай, Туреччину, Японію та Україну). Ще одним з основних пунктів Стратегії УІ варто назвати те, що Інститут є медіатором між українськими та іноземними культурними агентами [74].

Розвиваючи свою діяльність в цьому напрямі, Інститут послідовно розбудовує мережу партнерів. Станом на сьогодні укладено угоди про співпрацю з 42 партнерами в Україні та 35 партнерами за кордоном у Польщі, Австрії, Німеччині, Франції, Чехії, Нідерландах, Великій Британії, США, Японії, Туреччині. Інституція є членом міжнародних професійних мереж із культурної й публічної дипломатії: Global Public Diplomacy Network (GPDNet), платформи, що сприяє міжнародному співробітництву та обміну знаннями із розвитку культурної та публічної дипломатії, та International Cultural Relations Research Alliance (ICRRA), мережі, яка об'єднує міжнародні та наукові установи і сприяє співпраці у сфері культури.

Водночас Український інститут працює в напрямі налагодження системної співпраці зі закордонними дипломатичними установами України:

це й спільна участь у публічних заходах та масштабних проєктах, і регулярна щоденна комунікація та обмін інформацією, що дозволяє планувати діяльність з урахуванням потреб аудиторій у відповідних країнах, дотримуватися єдиного курсу та пріоритетів культурної дипломатії України.

В перспективі УІ має більше розвиватись саме як платформа, через яку іноземна аудиторія зможе отримувати інформацію про сучасну українську культуру та її представників [52].

Висновки до розділу 2.

Правові засади культурної дипломатії України ґрунтуються на нормативно-правовій базі культурного просування України. Так, можна виділити Закон України Про культуру (Розділ VIII Міжнародні культурні зв'язки) від 14.12.2010 р., Державну програму забезпечення позитивного міжнародного іміджу України на 2003-2006 роки від 15.10.2003 р., Постанову Про затвердження Державної цільової програми формування позитивного міжнародного іміджу України на період до 2011 року від 03.06.2009 р. та Стратегію публічної дипломатії Міністерства закордонних справ України 2021-2025 від 24.03.2021 р. Саме у цих документах було закріплено основні положення про культурну дипломатії та іміджеву політику України. При аналізі цих документів можна прослідкувати еволюцію політики українського уряду щодо питання просування нашої культури закордоном та формування позитивного іміджу на міжнародній арені. Уперше термін «імідж України» з'являється у Державній програмі забезпечення позитивного міжнародного іміджу України на 2003-2006 роки. Реалізуючи державні програми від 2003 та 2009 рр., уряд України провів ряд заходів спрямованих на просування української впізнаваності у світі. Тим не менш, усі вони мали більше номінальний та офіційний характер, а питання впливу на масову аудиторію закордоном майже не підіймалось.

Наразі основні засади культурної дипломатії України закріплені у Стратегії публічної дипломатії від 2021 року. У цьому документі вже зазначено головна мета культурної дипломатії, принципи, завдання, цільові аудиторії, сфери впливу. Тобто, питання дипломатичної діяльності України у культурній сфері стає більш законно унормованим.

В інституційному плані за культурну дипломатичну діяльність в Україні несуть відповідальність такі інституції як Міністерство закордонних справ України, Міністерство культури та інформаційної політики України та Український інститут. Якщо говорити про МЗС, то це є головним та координаційним органом у питанні реалізації стратегії культурної дипломатії України. Усі культурні ініціативи та проекти закордоном на державному рівні проходять за його санкцією. У відомство Міністерства також входять культурно-інформаційні центри при дипломатичних установах України закордоном. Саме на КІЦ покладено завдання просування української культури у країнах перебування дипустанов. Але проблемою їх діяльності досі залишається виключна обмеженість лише протокольними, офіційними заходами з нагоди свят, та відсутність широкомасштабної культурно-просвітницької роботи, спрямованої не тільки на державних діячів, а і на масову аудиторію. Проте окремо варто відмітити активну діяльність у вирішенні даної проблеми КІЦ у Франції та Німеччині, де центри активно відстоюють українську культуру та займаються інформаційною діяльністю щодо подій на території України.

Ще однією інституцією, яку варто відзначити досліджуючи культурну дипломатію України є Міністерство культури та інформаційної діяльності України. Активної участі у культурній дипломатичній діяльності Міністерство не бере, тим не менш, одним з наймасштабніших його проєктів стала участь у реалізації брендової політики, а саме створення нового офіційного лого України Ukraine NOW. Варто також зазначити, що все ж таки найголовнішим осередком саме культурної дипломатії України є Український інститут. На цю установу покладено завдання просування нашої

культури закордоном, відстоювання наших культурних кордонів, проведення роботи по боротьбі з упередженим та стереотипним ставленням закордонної аудиторії до української культури тощо.

РОЗДІЛ 3.

КУЛЬТУРНА ДИПЛОМАТІЯ УКРАЇНИ ПІД ЧАС РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

3.1 Стратегія культурної дипломатії в контексті російсько-української війни

Відмінність культури та культурної дипломатії у мирний час та під час війни полягає у тому, що у війну вони стають більшою мірою засобами пропаганди та контрпропаганди. При цьому поширення власної культури на інші країни і народи вимагає чітко продуманої стратегії, що включає чітке розуміння цілей, завдань і методів їх досягнення. Використання культурної та політичної пропаганди передбачає формування бажаного образу носія цієї культури в очах реципієнта комунікативно-культурного послання. А це своєю чергою тягне у собі часткову чи повну зміну картини світу реципієнта [9].

Війна без винятку впливає на всі сфери життя людей, а культура та мистецтво у свою чергу, реагують на воєнні події найбільш емоційно. Головною рисою культури стає її мілітаризованість, воєнізація. Основними завданнями культури воєнного періоду стають, у першу чергу, підтримання бойового та патріотичного духу населення; висвітлення трагічних подій війни та героїчних вчинків, з метою увінчати їх в історії; транслювання інформації про перебіг військових дій у світі.

Важливість розвитку культури під час війни полягає в наступному. По-перше, вона допомагає людям психологічно легше сприймати те, що відбувається навколо них. Коли людина постійно перебуває у глибокому стресі, який безумовно відчувається в умовах військових конфліктів, це заважає їй працювати, волонтерити і зрештою наблизитися до перемоги. Тому у даному випадку культура та культурні події відіграють роль певної релаксації, заспокоєння та зняття тривожності.

По-друге, у більшому масштабі, культура – це одна з основних рис кожної нації, це те, що ідентифікує та відрізняє одних людей від інших. Досить часто під час військово-політичних конфліктів та повномасштабних війн країни-агресори намагаються знищити чи привласнити культурні досягнення народів, на які і скоюють напад. Особливо це широко розповсюджено під час екзистенційних війн або війн на виживання чи поневолення однією державою чи народом іншого. У даному випадку місце може мати таке явище як культурний геноцид.

Розглянемо його трішки детальніше. Рафаель Лемкін, польський юрист та історик, вперше увів поняття «геноцид» в обіг, а також розробив концепцію «культурного геноциду». Цю концепцію дослідник використовував для аналізу німецької окупаційної політики у Європі під час Другої світової війни. На той час, згідно дослідження Р. Лемкіна, культурний геноцид став для нацистів засобом нефізичного або небіологічного знищення національних груп. Він визначав його як систематичне знищення традицій, цінностей, мови та інших елементів, які відрізняють одну групу людей від іншої. Р. Лемкін у праці «Правління Вісі в окупованій Європі» визначав дві фази культурного геноциду. Першу він характеризував як знищення національного зразка пригнобленої групи, тобто це проявляється, наприклад, у забороні використання мови поневоленої національної групи, знищення літературних творів, книжок, спалювання бібліотек, знищення музеїв та музейних експонатів, що несуть історичну цінність, знищення пам'яток архітектури та скульптури, знищення об'єктів культурної спадщини тощо. Друга ж фаза пояснюється як нав'язування національного зразка гнобителя. Детальніше, це проявляється у насадженні власної мови, розповсюдженні літератури, частіше характерно пропагандистської, нав'язування своїх культурних традицій, обрядів, звичаїв тощо. Таким чином, важливість розвитку культури під час війни саме полягає у недопущенні її знищення, поневолення, здійснення над нею акту геноциду з боку агресора чи агресорів [93, 1].

По-третє, культура відіграє важливу роль, допомагаючи пояснити світу та міжнародній спільноті про події, що відбуваються у зоні конфлікту. Культура транслює у навколишній світ інформацію про перебіг подій, формує образи учасників конфлікту. Як елемент «м'якої сили» політики держави, культура здатна насадити бажаний образ у масовій свідомості, та розділити учасників на «агресорів» та «жертв», на «друзів» та «ворогів». Головним інструментом у реалізації цього завдання є культурна дипломатія держави.

В умовах війни, культурна дипломатія може бути використана як засіб інформаційного та психологічного впливу, пропаганди з формуванням позитивного образу країни. Під час військових конфліктів учасникам вкрай важливо сформувати навколо себе коло надійних союзників. Вони, у свою чергу, стають підтримкою, у тому числі фінансовою, військово-технічною та навіть у плані людських ресурсів. Для того щоб коло союзників або партнерів ставало все більше і було достатньо надійне, країні вкрай важливо сформувати собі привабливу репутацію. Під час війни таку репутацію країні може надати створений образ, наприклад, «героя», «героїчного народу чи нації, яка захищає своє». Або ж досить привабливим може стати і образ «жертви, яка потребує допомоги». Репутація «жертви» є найбільш вигідною при меті отримати якомога більше матеріальної допомоги. Що стосується супротивників або ворогів, то тут теж важливо створити вдалий образ. У даному випадку «вдалим» образом може бути якраз портрет «героя», сильного та непереможного. При впливі на ворогів важливим аспектом є принцип залякування.

При виконання поставленого завдання – створити відповідний вигідний образ – культурна дипломатія використовує певні методи та інструменти. Цими інструментами можуть стати музика, кіно, література, живопис. Реалізуються вони на таких площадках як музичні фестивалі, виставки, мистецькі конкурси та змагання, культурні події у соціальних мережах. Загалом мистецтво є вкрай важливим, бо саме через нього можна передати

емоції, що проживаються під час війни, відчуті біль і смуток, і втрату, і страх, і агресію. А емоції у свою чергу, як наркотик, що впливає на масову свідомість, формуючи через фрагментарні образи подані в мистецтві більш загальний імідж цілої держави [9].

Повномасштабна війна Росії проти України стала важливим пунктом у розвитку культурної дипломатії нашої держави та зміни її пріоритетного стратегічного завдання. Наразі головною метою є відстояти авторитет України та її політичну суб'єктивність за допомогою засобів культури, також надати світу якомога більше інформації про країну, якою до цього майже ніхто не цікавився.

Для того щоб детальніше розібратись з якою саме проблемою довелось зіткнутись нашій культурі та від чого відштовхуватись культурній дипломатії, пропоную розглянути на прикладі одного культурного заходу. У січні 2022 року міністерка закордонних справ Німеччини в уряді Олафа Шольца, Анналена Бербок, вперше відвідала Москву. Три з п'яти її фото були присвячені покладанню квітів до меморіалу невідомому солдату Другої світової війни. Два інших фото були з виставки сучасного мистецтва у Новій Третьяковській галереї. Назва виставки «Різноманітність. Єдність. Сучасне мистецтво Європи. Берлін. Москва. Париж». Варто також додати, що захід був створений Державною Третьяковською галереєю (Москва) та Фондом мистецтва та культури (Бонн) у межах року Німеччини в Росії і була запланована для показу у Берліні, Москві та Парижі.

Головним месенджером міністерки по результату візиту до Москви та відвідування цього культурного заходу стало: «Наша відповідальність — мати хороші та стабільні відносини з Росією. Росія — це більше, ніж критика її нинішнього політичного керівництва: це багата культурна нація, країна Дмитра Шостаковича, Анни Нетребко, Льва Толстого. Мистецтво вміє відображати наш час і озвучувати його. Це створює обмін і взаєморозуміння. У ньому ми можемо створити простір для різноманітності, зустріти один одного та примиритися». У той же час російська арт-критикиня Юлія

Панкратова коментує цю виставку як не про окреме європейське та російське мистецтво, а про європейське та російське мистецтво, між якими немає жодного розділення. За її словами, європейське мистецтво не може існувати без російського – і навпаки. Тобто основні тези можна відслідкувати за результатами цієї події: європейська та російська культура невід’ємні одна від одної, тим більше без російської не буде існувати і європейська. Насправді цю думку можна розвивати і далі, аж до того, що Європа не може існувати без Росії. До того ж можна додати і ще один нюанс. На виставці було представлено роботи 90 важливих митців сучасності з 33 країн світу. За задумом кураторів однією з цілей було «пропрацювати» та висвітлити основні проблеми Європи, а саме політичні протиріччя, міграційну кризу, кризу демократії, фемінізму, питання національної ідентичності тощо. З іншого ж боку, з боку російської сторони, тема виставки не була підтримана. Тобто ніяких проблем сучасного російського суспільства висвітлено не було [16].

Російська політика будується виключно на пропаганді, і культурна не є виключенням. З окресленого вище прикладу можна відслідкувати чітку концепцію російської культурної дипломатії. Культура у даному випадку є теж інструментом пропаганди. Основні тези, які намагається просувати Росія про те, що між нею та Європою є єдність, взаємозв’язок. Культурна пропаганда Росії розставляє вигідні їй акценти, демонструючи «загниваючий Захід» з усіма його проблемами, та «велику російську культуру» невід’ємну від європейської, проте майже безпроблемну та ідеальну. Доповнити це можна ще й тим, що у своїй культурній пропаганді Росія неодноразово торкається теми й української культури, точніше ставить під велике питання взагалі факт існування самобутньої, відокремленої від російської української культури. Російська культура у своїй переважній більшості ґрунтується на засадах імперіалізму, возвеличення Росії як наддержави, при цьому інші культури, на кшталт української, або ототожнюються з російською, або заперечуються як такі.

Більше того, РФ використовує досягнення України як матеріал для просування власної культури. Це теж є величезною проблемою, з якою нам довелося зіткнутись, бо така культурна узурпація робить українців повністю безлицими в культурному плані, стирає усілякі відмінності між двома націями. Незважаючи на тридцять два роки незалежності, на міжнародній арені культура України і досі сприймається як підгрупа російської, точніше сприймалась до недавнього часу. Микола Гоголь, Володимир Великий, Київська Русь – все це є частиною української культурної спадщини, але вже давно у світі представлене як російське. Згідно пропаганди Росії, князь Володимир Великий був «всеросійським князем» і «заклав основи створення єдиної російської нації і фактично проклав шлях для побудови сильної централізованої російської держави». У 2015 році у Москві встановили 25-метровий пам'ятник Володимирі Великому, а факт того, що князь ніколи нічого спільного з Москвою не мав залишився прихований. Також, можна згадати художника Казимира Малевича, який теж давно став частиною російської когорти, але який був народжений в Україні. Якщо наводити приклади з нашої сучасності, то яскравою демонстрацією привласнення з боку Росії українських культурних здобутків є Національна опера та балет України. У лютому 2018 року балет здійснив турне у Франції, але на його плакатах слово «Україна» ніде не згадується, при цьому називають його «російським балетом».

Набуття та закріплення Україною власної культурної ідентичності неможливі без відриву від імперського та колоніального спадку Російської імперії, згодом Радянського Союзу, а тепер Російської Федерації. Зважаючи на те, як Росія маніпулює масовою свідомістю європейських політиків та навіть пересічних громадян, пріоритетною стратегічною метою культурної дипломатії України є саме протидія російській пропагандистській машині, культурна контрпропаганда, заперечення теми спорідненості російської та української культур, культурна деколонізація, захист культурних кордонів та повернення собі права називати «українське» «українським» [84].

У реалізації цієї мети держава та громадські культурні організації виконують ряд завдань. У першу чергу, мова йде про забезпечення міжкультурного діалогу на тему деколонізації нашої культурної спадщини. З перших днів повномасштабного вторгнення українські експерти активно почали розвивати у експертно-аналітичних колах тему деколонізації української культури. Вони піднімали тему істинних причин російсько-української війни, критикували лояльне ставлення до російської культури. Український інститут у своїй аналітичній діяльності теж почав піднімати тему деколонізації. Діяльність українських аналітиків та експертів дала поштовх міжнародній науковій спільноті переглянути своє відношення до російсько-української війни, зрозуміти неприпустимість нав'язування міжкультурного діалогу між Україною та РФ [83].

Ще одним важливим стратегічним завданням української культурної дипломатії стало забезпечувати стримування від російського культурного та мовного домінування, захист від загроз для нашої ідентичності та недопущення використання культури Росією як засіб маніпулювання свідомістю міжнародної спільноти. Задля реалізації завдання була розпочата масштабна компанія, метою якої було зупинити культурну співпрацю з Росією та представлення російського мистецтва у світі. У колі іноземних ЗМІ вона отримала назву *Cancel Russia*. Так, 27 лютого 2022 року, через декілька днів від початку війни, Український інститут звернувся із закликом накласти «культурні санкції» на РФ. Також окремим листом Український інститут звернувся до академічних спільнот та університетів Європи і Північної Америки. Аргументами України на заохочення підтримати санкції стало наступне: Росія розв'язала повномасштабну війну проти суверенної держави, порушила норми міжнародного права, свідомо руйнує архітектурну спадщину українських міст. Ще одним меседжем УІ стало те, що Росія десятиліттями інструменталізувала культуру для політичної пропаганди, вибілювала свою міжнародну репутацію, а тим самим утверджувала імперські і колоніальні ієрархії у світовій гуманітаристиці [103].

У результаті, компанія Cancel Russia мала свої успіхи та невдачі. Наприклад, Metropolitan Opera, Карнегі-хол та Баварська опера оголосили про відмову від співпраці з російськими митцями. Каннський кінофестиваль відмовився приймати офіційну російську делегацію. Найбільш радикальну позицію озвучили інституції Польщі та Литви. Натомість, у Німеччині заявили, що «справжній ворог – це Путін, а не Пушкін», а у Франції проігнорували питання. [30, 82].

Таким чином, культурна дипломатія України у процесі реалізації свого стратегічного завдання зіткнулась з новим для себе викликом: нерозуміння іноземцями природи українсько-російських відносин, а також сприйнятті української культури через проросійську призму та відмова виокремлювати «українське» окремо від «російського». Проблема полягає і у бажанні міжнародної культурної спільноти досі апелювати тезою «мистецтво поза політикою». Також, можна відзначити і не бажання вірити а нерозуміння, що Росія використовує культуру як зброю. У той час, більша частина російської культурної спадщини просякнута імперськими та експансіоністськими ідеями.

Виходячи з цього наступним завданням, що постало перед нашою культурною дипломатією полягає у використанні українського мистецтва як рупора з інформацією про військові злочини Росії, про втрати нашої культурної спадщини внаслідок повномасштабного вторгнення. Це важливо, оскільки таким чином за допомогою культурних заходів з подібною тематикою можна «відкрити очі» міжнародній спільноті на дії РФ. До цього всього важливим завданням є паралельно розкривати багатокультурності й розмаїття України, тим самим розвіюючи стереотипи та міфи російської пропаганди про «нацифіковане суспільство» та «братські народи зі спорідненими або ідентичними культурами» [45].

З метою виконання вищевказаного завдання Українським інститутом було реалізовано проєкт під назвою «Листівки з України» або #PostcardsFromUkraine. Його основна мета фіксувати та демонструвати

шкоду завдану українській культурній спадщині російськими військами внаслідок бомбардувань та обстрілів, та донесення цієї інформації до міжнародної спільноти. По всьому світу завдяки посольствам України та партнерам було проведено понад 40 виставок для привернення уваги міжнародної спільноти до злочинів проти української культурної спадщини. Так, виставки відбулись у Португалії, Великій Британії, Індії, Японії, Нідерландах, Аргентині, США, Франції, ОАЕ та в інших країнах. До кампанії долучились українські інституції та лідери думок, а також 73 закордонні дипломатичні установи та Європейська комісія, які публікували листівки у своїх соціальних мережах 24 мовами. 80 листівок з різних регіонів України, кожна з яких розповідає історію конкретної культурної пам'ятки та за яких обставин її було зруйновано або пошкоджено. Про проєкт «Листівки з України» написали 41 іноземне медіа у 13 країнах [35].

Ще одним проєктом покликаним продемонструвати світу «справжнє обличчя» Росії став проєкт «Дім російських воєнних злочинів» створений Фондом Віктора Пінчука та PinchukArtCentre. Проєкт був широко висвітлений світовими ЗМІ та став головною темою обговорень під час всесвітнього економічного форуму в Давосі, який пройшов 23 травня 2022 року. Місцем проведення фотовиставки став колишній «Російський дім» - будівлю, що раніше слугувала майданчиком для зустрічей російських бізнесменів і політиків з інвесторами. Метою проєкту було привернути увагу світової спільноти до страшної дійсності російської агресії проти України. Фотографії, що ввійшли до експозиції «Дому російських воєнних злочинів в Україні», були зроблені в різних частинах України починаючи з першого дня повномасштабного вторгнення. Кульмінацією проєкту стало відео, створене Олексієм Сая. Він зібрав 6400 зображення, що фіксують воєнні злочини, вчинені окупантами в Україні [81].

Не менш важливим паралельно з усіма жахіттями війни активно демонструвати світовій спільноті багатокультурність та розмаїття України. З цією метою у серпні 2023 року у Німеччині пройшла перша виставка

модерного та сучасного українського мистецтва. Виставка під назвою «Калейдоскоп історії. Українське мистецтво 1912-2023» відкрилась у Дрездені, у галереї Альбертіум. Вона розповідає про різноманітність українського мистецького простору, про індивідуальний досвід українських митців у мінливій історії країни та важливість самопізнання через осмислення своєї культури та історії. Поряд з новими роботами сучасних митців представлені й історичні твори, які вперше подорожують за кордон. Супровідна міждисциплінарна програма, курована Українським інститутом, підсилювала виставку та дала німецькій аудиторії можливість більше дізнатися про українське мистецтво [20].

Тема багатокультурності України є не менш важливою при реалізації стратегії культурної дипломатії. У першу чергу, дана тема розкривалась, демонструючи інтеграцію історії та культури національних спільнот України, саме: кримських татар, євреїв, поляків, греків та інших. Український інститут та Ukraïner провели міжнародну діджитал-кампанію, що розповідає про представників різних національних спільнот України у боротьбі з російською агресією. Їх історії стали яскравим прикладом мультикультурності українського масового спротиву, що спростовують російські наративи про «нацифіковане суспільство». У серії з 11 відео представники національних спільнот та іноземці, що живуть в Україні, своїми рідними мовами розповідають, як вони воюють, волонтерять і працюють у різних сферах задля перемоги України та закликають світ підтримувати Україну.

Не менш важливим стратегічним напрямком української культурної дипломатії стало й підтримка розвитку українських і кримськотатарських студій. У першу чергу, мова стосується просування розвитку студій на майданчиках іноземних університетах та аналітичних центрах. Основною метою цього напрямку має стати зміщення фокусу уваги у центрах славістики та євразійських студіях з Росії на Україну, а також інші країни Східної Європи. Для реалізації цієї мети була створена Програма підтримки українських студій імені І. Лисяка-Рудницького. Її метою стало підтримання

проектів з реалізації та просування теми україністики у науково-експертному середовищі закордоном. Вона покликана сприяти зростанню експертного знання про Україну і сприяти дослідженням у сфері україністики [22].

У географічному плані актуальними напрямками стратегії культурної дипломатії України наразі є країни Глобального Півдня. Основна причина саме такої направленості в тому, що присутність української культури в цих країнах є вкрай обмеженою. Як приклад можна навести такі країни, як Бразилія, Мексика, Аргентина, Кенія, Руанда, ПАР, Індія, Індонезія тощо [57].

Таким чином, через виконання поставлених перед собою стратегічних завдань культурна дипломатія України у воєнний період змогла досягти значних позитивних результатів. Українська культура отримала широке представлення і визнання у провідних музеях, театрах, на фестивалях, локаціях та в університетах, як на рівні проєктів, так і персональних контактів між фахівцями культури. Так, можна назвати концерти Ukrainian Freedom Orchestra в Європі і США, міжнародні гастролі Kyiv Symphony Orchestra, виставка сучасного мистецтва «The Captured House», виставка українського авангарду «In the Eye of the Storm» у мадридському музеї Thyssen-Bornemisza тощо. Все це стало результатом успішної реалізації стратегії нашої культурної дипломатії [29, 34].

Загалом рівень впізнаваності нашої держави закордоном значно підріс за минулий період. Про це говорять і результати рейтингу Global Soft Power Index – міжнародне дослідження сприйняття національних брендів. Рейтинг щороку складає консалтингова агенція Brand Finance. Простіше кажучи, Індекс показує рівень привабливості кожної окремої держави на міжнародній арені. Інша назва «індекс м'якої сили». За минулі роки Україні вдалося піднятися з 121 місця на 37. Якщо порівнювати, то ще у 2021 році Україна займала лише 61 позицію, у 2022 році Україна вже піднялась на 45 місце у рейтингу впливовості. Крім цього, за показником впізнаваності у світі

Україна змогла піднятися з 47 на 14 місце, і тим самим увійти до 20 найвпливовіших країн світу [88].

Серед викликів та загроз, з якими все ще стикається культурна дипломатія України насамперед варто виділити необізнаність, а також деяка зверхність серед іноземних партнерів по відношенню до України. Найскладнішими напрямками нашої культурної дипломатії стали такі європейські країни, як Франція, Німеччина та Італія. З основних причин, чому так сталось, варто виділити певну симпатію до імперської культури Росії, історичні травми Другої світової війни, вплив російської культурної та політичної пропаганди, поширення проросійських токсичних наративів у медіа тощо. Задля руйнування культурного бар'єру та подолання стереотипів в цих країнах планується запуск перших закордонних представництв Українського інституту [3, 4].

Таким чином, основними тенденціями культурної дипломатії у воєнний період є зробити її ваговою складовою зовнішньої та гуманітарної політики України. Подолання упередженого ставлення та стереотипного мислення, з метою росту лояльного ставлення до України серед наших союзників. Сфера культурної дипломатії не в останню чергу розвивається завдяки підтримці іноземних партнерів і донорів. У майбутньому передбачається конвертація цієї підтримки в довгострокові стратегічні програми. Крім того, ефективна міжнародна репрезентація країни повинна базуватися на сильних та компетентних внутрішніх інституціях.

3.2 Трансформація культурно-іміджевої політики урядових установ

Від початку відкритого російсько-українського конфлікту у 2014 році почала активно розвиватись та здобула офіційну підтримку публічна дипломатія, та її частина культурна дипломатія. З метою розбудови багатостороннього співробітництва з ініціативи Міністерства закордонних справ України було засновано багато нових закордонних представництв, щоб

ширше представляти Україну у світі. Головна проблема з того часу зводилась до того, що культурна дипломатія полягала лише у мистецьких заходів, що не робило закордонних українців українцями. Культура була загалом відокремлена від політики, деполітизована. Україна та українська культура вважалась частиною російського культурного простору, а культурних заходів було недостатньо щоб розвіяти цей міф. Повномасштабна воєнна агресія у 2022 році створила нові можливості, щоб вирішити та закрити це питання. У війні на виживання культура стала одним з головних стрижнів нації, а культурна дипломатія важливим інструментом її просування та розповсюдження.

У цьому контексті важливим є звернути увагу на діяльність Міністерства закордонних справ України та інших урядових установ з просування української культури закордоном. Варто також відзначити, що в даному питанні МЗС активно співпрацює з Українським інститутом та за його підтримки реалізується більшість проєктів. Ще до початку повномасштабної війни МЗС окреслило свої ключові завдання у сфері культурної дипломатії у «Стратегії зовнішньополітичної діяльності України» від 2021 року [73]. Зміна сприйняття України закордоном, просування позитивного національного бренду та формування позитивного іміджу входило до топ-пріоритетів Стратегії. Зокрема, під час II Міжнародного форуму культурної дипломатії у вересні 2021 року Міністр закордонних справ України Дмитро Кулеба назвав чотири головних завдання МЗС у цій сфері, а саме: «відстоювати свій культурний та інформаційний суверенітет; популяризувати додану вартість, яку Україна створює для світу; зміцнювати довіру до нашої держави; поширювати обізнаність про Україну як країну нових можливостей» [10]. Загалом від початку російського повномасштабного вторгнення у 2022 році концепція не змінилась. Тільки до основних завдань МЗС ще додалось протидія російській культурній пропаганді, розвінчання насаджених Росією проросійських та антиукраїнських наративів на іноземну аудиторію. На III Міжнародному

форуму культурної дипломатії у грудні 2022 року перша заступниця міністра Еміне Джапарова визначили один з головних пріоритетів культурної дипломатії в умовах повномасштабного вторгнення РФ – деколонізація української культури. У своєму відеозверненні вона зазначила, що незважаючи на війну Україна не втрачає можливості пояснювати свою культуру та історію світу. Тим більше, за її словами, українська культура має стати новим символом свободи для світу. Вона підкреслила, що незважаючи на вторгнення Росії, культурні дипломатичні установи продовжують працювати, запускати багато нових проєктів та демонструвати безпрецедентну відкритість до різних партнерських відносин як з міжнародними партнерами, так і з громадянським суспільством [13, 14].

Одним з прикладів реалізації стратегічних завдань культурної дипломатії під час війни МЗС можна вважати запуск інформаційної платформи про війну в Україні war.ukraine.ua. Вона була створена в першу чергу для іноземної аудиторії. Її основна мета це надавати перевірену інформацію про ситуацію в Україні, запобігати дезінформації, надавати інформацію про конкретні способи підтримки України, демонструвати силу опору українського народу загарбникам. Дана платформа стала інструментом МЗС при формування позитивного іміджу України серед іноземної аудиторії, а також інструмент дискредитації проросійських наративів насаджених російською пропагандою. За словами Д. Кулеби сайт war.ukraine.ua є живою документацією війни, архівом російських злочинів проти української нації, а також, героїзму та єдності нашого народу. На інформаційній платформі висвітлюється така інформація, як роз'яснення як допомогти українцям, як пожертвувати на користь Збройних Сил України чи організувати протест проти війни в європейських країнах, а також роз'яснюються причини російсько-української війни тощо. Таким чином, сайт покликаний виконувати одне з головних стратегічних завдань культурної дипломатії України, а саме донесення правди про війну до

іноземної аудиторії та формування героїчного образу українського народу в масовій свідомості закордоном [39].

У воєнний період Міністерство закордонних справ України намагається реалізовувати культурні проекти не тільки на військову тематику, але й на загальну. Оскільки окрім культурної контрпропаганди стратегічним завдання Міністерства у реалізації культурної дипломатії є й донесення інформації про Україну цілком, поза межами військового контексту. З цієї метою у березні 2023 року, з ініціативи МЗС, у Вікіпедії утретє проходив «Місяць культурної дипломатії України». З початком повномасштабного вторгнення запит на інформацію про Україну зріс. Користувачі найчастіше звертаються саме до Вікіпедії. Тому необхідно, щоб інформація була чіткою та об'єктивною. Не менш важливо і доступність інформації на якомога більшій кількості мов. Мета цього проєкту полягає в тому, щоб ефективніше розповісти про Україну та її досягнення. Він націлений на створення та покращення статей про Україну та українську культуру. За думкою Міністра Д. Кулеби дана ініціатива ця ініціатива сприяє систематичному введенню правдивих фактів про Україну та її культуру в світовий інформаційний простір. За місяць українськими експертами було написано майже 1,5 статей. Зокрема, були створені статті, присвячені «Наталці Полтавці» французькою, фільмам «Земля» та «Тіні забутих предків» угорською тощо [41, 60].

Одним з головних інструментів у реалізації культурної дипломатії закордоном для МЗС є культурні дипломатичні центри при посольствах України закордоном. Їх діяльність теж від початку повномасштабного вторгнення фокусується на реалізації культурних ініціатив та проєктів спрямованих на висвітлення події в Україні та на підвищення та популяризацію української культури закордоном. Як приклад можна навести проведення імерсивної виставки під назвою «Living The War» у німецькому Бундестазі. Вона була організована Міністерство закордонних справ України та посольством України в Німеччині спільно з віцепрезиденткою Бундестагу

Катрін Герінг-Екардт та ГО «The Game Changes». У ній розповідається про воєнні злочини РФ на території України з початку повномасштабного вторгнення. Ще однією метою виставки було не лише продемонструвати військові злочини РФ, а і залучити більше додаткової військової, фінансової та гуманітарної допомоги Україні з боку іноземних партнерів [77].

Таким чином, можна сказати що Міністерство закордонних справ України у воєнний період активно займається реалізацією стратегії культурної дипломатії України. Основна трансформація діяльності МЗС відбулась у підвищенні уваги загалом до сфери культурної дипломатії, використання культури як зброї проти російської пропаганди. Культура стала одним із фронтів боротьби проти російської окупації, у тому числі і культурної окупації. МЗС продовжує активно працювати та реалізовувати проєкти з підвищення обізнаності про Україну, нашу культуру та історію, популяризацію всього українського у світі тощо.

Варто зазначити, що більшість, якщо не сказати всі, проєкти та ініціатив у сфері культурної дипломатії МЗС України реалізовує за підтримки Українського інституту. Фактично УІ є найголовнішою інституцією України у реалізації культурної дипломатії і діє автономно від Міністерства закордонних справ. Так, діяльності Інституту, його невинна робота стали вкрай важливими у військовий час. Головні завдання Інституту у більшості збігається з завданнями МЗС. Це впровадження проєктів та ініціатив на підтримання та популяризацію української культури, нашої історії та мови закордоном, протидія російській культурній пропаганді, донесення правдивої інформації про війну в Україні до міжнародного співтовариства.

Відразу на початку повномасштабного вторгнення Росії, з метою ефективної культурної контрпропаганди, Український інститут закликав міжнародну спільноту чинити бойкот російській культурній діяльності. Основним аргументом було те, що Росія використовує свою «велику культуру», щоб відвернути увагу громадськості від своїх військових злочинів

на території України, порушення прав людини та міжнародного права. УІ закликав позбавити Росію цього важеля впливу, призупинивши всі проєкти, пов'язані з російськими установами та окремими особами, і не співпрацювати з російським культурним чи освітнім сектором [103].

На сьогоднішній день не менш важливим завданням Українського інституту у його дипломатичній діяльності є відкриття своїх представництв у різних країнах Європи. Це є вкрай важливим, оскільки у реалізації стратегії культурної дипломатії наша держава стикається з труднощами на деяких напрямках. Наприклад, як вже було раніше зазначено, такі країни як Франція, Німеччина та Італія за свою історію мали та мають досі дуже тісні зв'язки з Росією, у тому числі і в культурній сфері. Населення цих країн дуже довго сприймали культуру Східної Європи та всього пострадянського простору виключно через призму проросійської пропаганди [3]. Завдання української культурної дипломатії є руйнування цих сформованих про нас стереотипів та культурних міфів, знайомство з українською справжньою культурою з відривом від Росії та її впливу, а також надати більше можливостей для українських та міжнародних культурних діячів для співпраці.

Так, 10 листопада 2023 року Український інститут відкрив своє представництво у Франції. Згідно дослідження сприйняття України у Франції у 2020 році, сприйняття нашої держави у масовій свідомості французів широким загалом знаходиться під впливом французько-російських взаємовідносин і їх загального ставлення до Східної Європи, як до чогось єдиного, а також існує думка про належність української нації до умовної національної спільноти слов'ян, де провідне положення займають саме росіяни [70]. Це стало реальним викликом у реалізації української культурної дипломатії у цій європейській країні, особливо під час протистояння з РФ. Відкриття представництва стало свідченням стратегічної значущості культурної взаємодії між Україною та Францією. Франція є важливим партнером України, зокрема у контексті євроінтеграції та євроатлантичної інтеграції. Утім, французи недостатньо обізнані про українську культуру та

історію, сприймаючи через проросійську призму та наративи. Головне завдання представництва Українського інституту у Франції це популяризувати українську культуру у цій країні [80].

Ще один осередок УІ відкрився у Німеччині у лютому 2023 року. Це було перше закордонне представництво Українського інституту у світі. Німеччина є важливим європейським партнером України. Як показало дослідження сприйняття України у Німеччині у 2020 році, пересічні німці досі мало обізнані про українську культуру [69]. До того ж, мають таку ж саму «проблему» як і французи – сприймають Україну через проросійську призму. Повномасштабне вторгнення РФ додатково посилює симпатії німецьких аудиторій до України та їх готовність дізнаватися більше про українську культуру [36, 56].

Продовжуючи говорити про діяльність Українського Інституту, не можна оминати один досить цікавий проєкт – платформу Insight UA. Вона була створена за підтримкою УІ як інтернет ресурс, який би комплексно інформувала про українську культуру людей, що мають різну міру зацікавлення й знання про Україну. Це вебсайт, де будь-який зацікавлений може переміщуватися між сторінками й темами, поринаючи в обшир того, чим є сучасна українська культура. Запит на створення такої платформи з'явився ще до початку війни. Багато громадських діячів, культурних митців, посольств та просто зацікавлених громадян звертались з проханням створити інструмент, що допоможе їм комплексно розповідати про українську культуру як всередині країни, так і закордоном. Insight UA була запущена наприкінці серпня 2023 року, але вже на сьогоднішній день має багато хороших відгуків і з боку партнерів Українського інституту, і з боку іноземців, і з боку українців, яким цей інструмент теж потрібен. Insight UA був створений на основі найчастіших запитів в інтернеті, які стосувалися б України, історії України чи культури [2].

Ще одним досить важливим напрямом діяльності Українського Інституту є проведення наукових досліджень та аналітики. Від початку

бойових дій головними темами наукових досліджень УІ стали наступні. По-перше, дослідження поточного стану і потреб українських та кримськотатарських студій у світі. У нього розглядаються ключові особливості формування і розвитку українських студій в різних країнах та регіонах світу, найважливіші проблеми у їхній діяльності, а також можливості і виклики, що постали перед світовою україністикою після повномасштабної агресії РФ у лютому 2022 року. У ході дослідження було виявлено, що значною проблемою є домінування русистики в рамках східноєвропейських та славістичних студій, та відповідно обмежене представлення інших культур, мов та країн регіону у їхній діяльності. Що стосується кримськотатарські студії, то вони часто вивчаються в рамках ширших тюркських студій, і в такому прочитанні втрачається їхній зв'язок із Україною. Згідно дослідження для виправлення цієї ситуації доцільним виглядає підтримувати інструментами культурної та публічної дипломатії міждисциплінарні студії, які пропонують широкий погляд на місце України у Європі та світі і застосовують для цього новітні підходи [22].

Не менш важливим в науковій діяльності Українського Інституту є й дослідження інституцій культурної дипломатії Росії. Це теж є доволі важливою темою, оскільки Російська Федерація активно використовує російську культуру та культурну дипломатію для поширення вигідних для Кремля наративів та уявлень серед закордонних, зокрема західних, аудиторій [7]. Для того щоб зрозуміти з чим довелось зіткнутись українській культурній дипломатії і чому саме нам доводиться протидіяти була створена серія з трьох аналітичних записок, у яких досліджується стратегії та інструменти культурної дипломатії РФ. Об'єктом дослідження аналітиків УІ стали три найбільші російські державні або пов'язані з державою організації, які мають на меті розповсюдження геополітичних та культурних наративів, характерних для Кремля, а саме: Росспівробітництво, Фонд «Русский мир» та Фонд Горчакова. Кожній з цих організацій була присвячена окрема аналітична записка. Головний загальний висновок, який можна зробити за

результатами дослідження – усі ці організації є інструменти російської культурної експансії за кордоном. Ключовими елементами цієї експансії заради поширення сприятливих для Кремля поглядів та сприйняття внутрішньої та зовнішньої політики РФ стали промоція російських культурних проєктів за кордоном, підтримка різноманітних діалогів та обмінів, курс на зростання кількості російськомовних через організацію навчання мови тощо [11, 24-26].

Варто також відмітити і громадську діяльність Українського Інституту. Від 24 лютого 2022 року УІ провів безліч громадських культурних заходів, виставок, фестивалів тощо. Більшість з них були саме на воєнну тематику. Їх основна мета полягала у висвітленні правдивої інформації про ситуацію в Україні, демонстрація усіх жахів та руйнівних наслідків війни. Окрім цього була багато проєктів на просування та популяризацію української культури на міжнародній арені у різних сферах мистецтва. Наприклад, Український інститут разом з Товариством українців у Фінляндії створили можливість для українських продюсерок взяти участь в індустрійних заходах Гельсінського міжнародного кінофестивалю у вересні 2023 року. У травні 2023 року українські автори та їх літературні твори взяли участь у міжнародній книжковій ярмарці і літературному фестивалі «Світ книги» у Празі теж зі підтримки Українського Інституту. Подібних подій у сфері мистецтва відбулось протягом останнього часу дуже багато, усі на різну тематику та різного характеру. Тим не менш, об'єднує усі ці мистецькі заходи одна мета Українського Інституту – покращити розуміння та впізнаваність України серед закордонних аудиторій, а також, що є вкрай важливим під час війни, захистити та відстояти нашу культурну індивідуальність та самобутність у міжнародному просторі [68].

Ще однією державною установою, яка робить свій внесок у розвиток української культурної дипломатії під час війни, можна вважати Український культурний фонд. У питаннях міжнародної культурної політики завдання УКФ полягає у інтеграції української культури у світовий культурний

простір. Міжнародна діяльність Фонду під час війни загалом теж керується виконанням основним стратегічних пріоритетів культурної дипломатії України. Подібно до МЗС та УІ Український культурний фонд бере участь та реалізує проєкти на просування та підвищення авторитету української культури у світі. Як приклад можна навести проведення виставки про славетну українську оперну співачку Соломію Крушельницьку в Італії у липні 2023 року [44]. У питанні налагодженні міжкультурних зв'язків можна також відмітити зустріч виконавчого директору Українського культурного фонду Владислава Берковського з колишнім міністром культури Туреччини, Ялчин Топчу. Метою робочої зустрічі, яка пройшла 10 листопада 2023 року, було налагодження міжкультурних зв'язків з Туреччиною та планування спільних культурно-мистецьких заходів та проєктів у майбутньому. Окремо торкнулись теми реалізації та просування культурно-мистецьких ініціатив та проєктів для кримськотатарського народу. Оскільки, Туреччина та загалом близькосхідний напрямок є одним з пріоритетних в українській дипломатії, і культурної теж, ця зустріч мала вкрай високу значимість у налагодженні партнерських відносин між державами та посилення культурного взаємозв'язку [6]. Загалом можна сказати, що УКФ не веде досить активну міжнародну культурну діяльність порівняно з Міністерством закордонних справ чи Українським Інститутом. Його діяльність націлена в основному на внутрішню аудиторію. Проте в умовах збройного конфлікту, Фонд почав частково проявляти ініціативу та реалізовувати проєкти й у сфері посилення міжкультурних зв'язків та культурної дипломатії.

Окремо хотілося б відзначити вклад у просування української культури закордоном діяльність Офісу Президента України, а точніше активну участь у культурних ініціативах першої леді України Олени Зеленської. Ще до початку повномасштабної війни О. Зеленська займалась питання просування української культури та мови у світі. У межах ініціативи першої леді було запущено вже 35 аудіогідів українською мовою у культурних осередках світу. Проєкт розпочався ще до війни, у 2020 році. Вона активно

підтримувала проєкт культурної дипломатії пов'язані з поширення української літератури [32].

Від початку військових дій О. Зеленська неодноразово робила публічні заяви щодо важливості розвитку культурної дипломатії під час війни. За її словами, наша культура це і є ми, відображення нашої національної ідентичності, те, що ми зараз і намагаємось захистити; культурна дипломатія є впливовим важелем у формуванні іміджу України, а культурні проєкти набули нового значення під час українського опору загарбникам. Одним з таких проєктів, що реалізується спільно з Офісом Президента України, є проєкт «Українська книжкова полицка». Характеризуючи цю ініціативу, О. Зеленська зазначає, що наразі проєкт має стратегічне значення. Нині Проєкт «Українська книжкова полицка» наразі реалізовано та запущено у 27 країнах. За підтримки Олени Зеленської також реалізуються проєкти культурної дипломатії, спрямовані на підтримку вимушено переміщених осіб, які виїхали закордон. Це, зокрема, проєкт «Книжки без кордонів». Проєкт створений для дітей-переселенців. Мета цього проєкту полягала в зниженні бар'єрів для навчання та зменшенні тривоги українських дітей, які адаптуються до нового життя у невідомій країні, забезпечуючи їм фізичний зв'язок із рідною країною[47].

До того ж, 9 листопада 2023 року дружина Президента відвідала 42-у сесію Генеральної конференції ЮНЕСКО в Парижі. Під час сесії Перша леді виступила з промовою. Вона акцентувала увагу у першу чергу на загибелі діячів культури. Зокрема, Олена Зеленська розповіла про Ірину Осадчу, директорку Куп'янського краєзнавчого музею, яка загинула від російської ракети та інших [46]. Подібні заходи є вкрай важливими для просування української культурної дипломатії, оскільки дають змогу підняти питання збереження та просування української культури вже на найвищому рівні. Також, у рамках свого візиту до Франції Перша леді відвідала відкриття Представництва Українського інституту у Франції. У своїй промові з нагоди відкриття представництва вона зазначила, що Росія нищить українську

культуру нині, а століттями привласнювала її, тому настав час європейцям дізнатись про справжній український внесок у світову культуру, позбавившись імперської «оптики» [50].

Таким чином, характеризуючи діяльність першої леді України можна зазначити, що вона є найголовнішим представником у сфері культурної дипломатії нашої держави з Офісу Президента України. Фактично вона та її команда активно займаються просуванням української культури на найвищому рівні, під її патронажем реалізуються більшість культурно-мистецьких ініціатив та проєктів на міжнародній арені. Від початку війни фокус її уваги цілковито перейшов на активне просування української культури у світі у контексті протистояння з Росією, деколонізація нашої культури, реалізація проєктів на підтримку українських біженців закордоном шляхом проведення культурних заходів, представництво української культури на найвищому рівні.

Отже, основною трансформацією, яка відбулась у державних установах, стало виведення культурної дипломатії на один з перших планів. До повномасштабної війни ця сфера розвивалась досить пасивно. Наразі, державні інституції активно просувають ідею важливості збереження культури під час війни, її популяризацію не тільки в середині країни, але й закордоном на міжнародну аудиторію. Основними темами наразі є тема деколонізація української культури, боротьба з культурними проросійськими та імперськими наративами, розвінчування культурних міфів та стереотипів про Україну, знайомство міжнародну спільноту з нашою справжньою культурною спадщиною.

3.3 Громадські культурно-мистецькі ініціативи та кейси як елемент культурної дипломатії.

Окрему позицію у розвитку культурної дипломатії Україну займає участь наших представників на різних міжнародних мистецьких конкурсах та фестивалях. Це чудова площадка для просування нашої культури та

мистецтва в кожних окремо взятих напрямках. Пропоную розглянути два найяскравіший приклади у світі мистецтва, де українська культурна дипломатія мала змогу себе проявити – Євробачення 2022 та 2023 та Церемонія премії «Оскар» 2023. Саме ці мистецькі заходи є одними з найбільш відомих та впливових у світі, тому приймаючи у них участь, головним завданням культурної дипломатії України є максимально себе проявити, яскраво та чітко презентувати і донести до міжнародної спільноти наші головні цінності, ідеї, ідеали через мистецтво, представлене на цих подіях.

Почнемо з Євробачення. Пісенний конкурс Євробачення – це міжнародний конкурс, що проводиться з 1956 року. Головною метою створення конкурсу було збереження миру, оскільки Євробачення було засноване, коли Європа відновлювалась після Другої світової війни. Щороку десятки учасників — співаків та співачок, музикантів та гуртів з різних країн — виступають для всієї Європи та світу, об'єднують глядачів, що затамовано і натхненно проймаються емоціями, драйвом та енергією виступів конкурсантів. У конкурсі щороку може взяти участь один учасник від кожної країни Європейської мовної спілки, найбільшого у світі все свято музики, яке об'єднує країни та панує музичною атмосферою, об'єднання національних телерадіомовних корпорацій. Історія України у Євробаченні розпочалась з 2003 року. За всі історію участі нашої держави українці посідали перше місце тричі: у 2004, 2016 і 2022 роках.

Однією з головних позицій Євробачення є його аполітичність. Це зафіксовано в правилах, а порушення може каратися штрафом для суспільного мовника чи навіть дискваліфікацією. Але оскільки у конкурсі беруть участь різні країни, які використовують його як майданчик для демонстрації не тільки таланту своїх митців, а і своїх позицій на міжнародній арені, щороку трапляються якісь політичні скандали. У 2019 році представники Ісландії розгорнули прапор Палестини на їхню підтримку, за що ісландський мовник отримав штраф у розмірі 5 тисяч євро. А сам конкурс

до того ж проходив у Ізраїлі. Після незаконної анексії Криму Росією, цю країну теж згодом відсторонили від участі, хоча і не відразу. У 2021 році змогу брати участь у конкурсі втратила і Білорусь через політику її диктатора О. Лукашенка [58].

14 травня 2022 року у Турині український гурт Kalush Orchestra здобув перемогу у «Євробачення-2022». Факторів, які вплинули на нашу перемогу, є насправді чимало. По-перше, від початку повномасштабного вторгнення всесвітні марафони Stand For Ukraine, мільйони українських біженців, волонтери, громадські діячі та культурні митці змусили світ говорити про Україну. Тому перед початком виступу публіка вже була наелектризована побачити на сцені представників країни, яка своїми силами боронить Європу та світ від Росії. Жвавий інтерес до нашої національної трагедії вплинув на значний ріст нашої значимості та популярності у світі. По-друге, ще у 2021 році Україна відзначилась досить потужним виступом гурту Go_A. Він став одним з найяскравіших та найзапам'ятовуючим на конкурсі того року. Незважаючи на п'яте місце, український гурт сприймався ледь не співпереможцем разом із представниками Італії, гуртом Maneskin. По-третє, популярність України серед єврофанів досить висока. Наша держава є одним з рекордсменів Євробачення: в 21 столітті наша країна здобула найбільшу кількість перемог. Так, 17 разів Україна брала участь на Євробаченні і жодного разу не провалювалася в півфіналі (єдина країна з таким результатом). Вісім разів Україна опинялася в п'ятірці кращих, двічі – на другому місці, і тричі здобувала перемогу. Усе це вплинуло на нашу славу серед фанатів конкурсу та зробила одним з улюбленців аудиторії [51].

Ми вже зазначили те, що Євробачення існує не тільки для як конкурс пісенних талантів, але і як майданчик для донесення своєї позиції світові. Культура є віддзеркаленням нашої реальності, а культура окремої держави є віддзеркаленням її реальності. Права людини для Євробачення є головною цінністю. У такому випадку, росіяни грубо порушують право української нації на існування. Саме з такою позицією представники України приїхали на

конкурс у 2022 році. Під час конкурсу громадськість почала закликати Kalush Orchestra підняти тему Маріуполя й «Азовсталі» зі сцени конкурсу. За правилами конкурсу подібні дії є заборонені. Тим не менш, за слова «Help Mariupol, Help Azovstal Right Now!» зі сцени після виступу Kalush Orchestra не дискваліфікували.

Незважаючи на успіх виступу українського гурту, за думкою експертів, ця перемога не мала серйозного стратегічного впливу на наші політичні позиції. Скоріш, це було одним з фрагментів великої боротьби українського народу за свою ідентичність, у тому числі і культурну. Позитивним результатом стало те, що українці у настільки важливий для себе час змогли привернути увагу на себе та сфокусувати її, не дати забути міжнародній спільноті, що відбувається в реальному світі, за лаштунками сцени Євробачення. Тим більше те, що організатори все ж таки дозволили українським представникам висловити свою думку на цілий світ каже, що цю думку поважають і готові прислухатись. Перемога Kalush Orchestra стала красивим та яскравим інфоприводом, про який будуть говорити, і який дасть змогу Україні не випадати з інфопростору [5].

У загальному усі перемоги та вдалі виступи України на Євробаченні мають ще один важливий аспект. Вони зайвий раз підкреслюють різницю між українською та російською музикою. Завдяки демонстрації нашого музичного мистецтва саме таким чином пересічному європейцю буде вже важко сплутати українські гурти з російськими, і важко не відчуті різницю між ними. Продовжувати розвивати мистецтво у цьому напрямку і є не менш важливим завданням української культурної дипломатії.

Наступне що ми розглянемо – Нагородження премії Оскар-2023. Ця подія різко контрастує з попередньою. Якщо участь України у Євробаченні можна вважати беззаперечною перемогою, то результати конкурсу відомої кінопремії більше характеризуються як поразка. Ця поразка демонструє не менш важливий виклик для культурної дипломатії України. Так, 12 березня 2023 року у Лос-Анджелесі відбулася 95-та церемонія нагородження премії

«Оскар». Український фільм «Будинок зі скалок» про дітей з притулку на Донбасі був номінований у категорії «Найкращий документальний фільм», але не переміг. А премію отримав у цій категорії фільм «Навальний» про російського опозиціонера Олексія Навального, від канадського режисера Деніела Роера, який присвятив цю перемогу «всім політв'язням світу». Для України – не скільки поразка на конкурсі, скільки перемога фільму про російського опозиціонера (який визнає та підтримує анексію Криму) – стали поразкою і культурної дипломатії. І сталося так з декількох причин. По-перше, Голівуд, так же як й інші міжнародні конкурси, підтримує позицію «Культура поза політикою». Офіційна позиція Академії відносно ситуація – зосереджуватися на внеску кінематографічної спільноти й триматися якомога далі від усього політичного. Тим не менш, цьому правилу не слідував комітет премії, коли ухвалив віддати перемогу фільму, чия промо-компанія проходила під гаслом «історії однієї людини та її боротьби з авторитарним режимом». Подібну демонстрацію подвійних стандартів України прокоментувала наступним чином: радник голови офісу президента Михайло Подоляк назвав це рішення політизованим та зауважив, Академія постійно акцентує увагу на принципах гуманізму та справедливості при цьому залишаючись поза контекстом війни в Україні та масового геноциду українців [33].

У 2023 році на конкурсі жодної офіційної підтримки України не було помічено. Попри радикальне неприйняття політичних висловлювань зі своєї сцени, організатори й академіки не тільки допустили фільм про опозиціонера країни-агресора, але й віддали йому перемогу. Тим більше, напередодні проведення заходу Світовий конгрес українців звернувся до президентки Американської Кіноакадемії Джанет Янг із закликом прийняти відповідні рішення щодо фільму «Топ Ган: Меверік» через його зв'язки з російським олігархом Дмитром Риболовлевим, проти якого Україна ввела санкції. У листі від СКУ було прохання відкинути фільм, який спонсорується російськими олігархами та особами, які ще й фінансують та підтримують

геноцидну війну Росії проти України. Цю ситуацію й прокоментувала членкиня Європейської кіноакадемії Олександра Костіна. За її думкою, Американська кіноакадемія не повністю відчуває реалії сьогодення [42].

Таким чином, можна робити висновок, що в даному випадку культурній дипломатії України не вдалося просунути свою думку та позицію на одному з найпопулярніших та впливовіших заходів мистецтва у світі. Популярність російського мистецтва обумовлене роботою російської пропагандистської машини продовжує відтісняти український порядок денний на другий план. Також, це демонструє, що без повноцінної стратегії комунікації з представниками подібних міжнародних конкурсів та заходів, нам так і не вдасться переконати аудиторію у важливості нашої ситуації. У розглянутому нами прикладі чітко простежується – у кіноакадемії є свої «квоти на співчуття», і українське питання свій ліміт вже вичерпало.

Не меншою проблемою для української культурної дипломатії залишається і той факт, що представникам Росії досі продовжують давати право на участь у багатьох міжнародних мистецьких заходах. Аргументуючи свою позицію принципом «Культура поза політики», організатори подібних заходів сприяють популяризації російської культури та мистецтва у світі. Це є справжнім викликом для культурної дипломатії нашої держави, оскільки ті наративи, які несе в собі російська культура, у більшості абсолютно токсичні для України.

Окрім державних установ та інституцій, активно впливають на розвиток культурної дипломатії й громадська спільнота та волонтери. Різні громадські культурно-мистецькі ініціативи користуються не меншою популярністю серед населенні, ніж заходи державного рівня. По-перше, тому що вони більш доступні для простого населення та широкого загалу. Державні ініціативи в основному націлені на більш «просунути» аудиторію: представників державного сектору, освіти, культурний діячів. Громадські ж заходи націлені суто на звичайних, пересічних громадян, що тим самим дає можливість поширення культури «від низу до низу», горизонтально. По-

друге, культурно-мистецькі заходи, влаштовані волонтерами, менш фінансово затратні, якщо не сказати взагалі проводяться з мінімальними затратами. Досить часто вони мають благодійний характер – увесь прибуток з таких культурних ініціатив переходить на потреби війська чи на гуманітарну допомогу [75].

Одним з таких прикладів можна навести проєкт Ukrainian Art History у Twitter, де розповідається про українських митців і їхні роботи. Його створила історикиня мистецтва й дослідниця Оксана Семенік. За її словами, створюючи свій проєкт вона в першу чергу орієнтувалась саме на аудиторію закордоном. Важливою метою дослідниця бачила нагадувати про війну в Україні, ще раз наголошувати, що страждає й наша культура. За допомогою свого проєкту О. Семенік намагалась донести до іноземної аудиторії – вони можуть узагалі нічого не знати про українське мистецтво, але не тому що в нас немає видатних митців, а тому що століттями їх апропріювала Росія, називаючи своїми й вкладаючи гроші в популяризацію українських митців саме як російських, наприклад Рєпіна, Айвазовського, Куїнджі. У результаті, Ukrainian Art History відкрив багато упереджень, які все ще є у масовій свідомості іноземців стосовно української культури. Наприклад, зі слів дослідниці, аудиторія дуже тепло сприймає українське традиційне мистецтво, але коли робиш пост про авангард, аудиторії незрозуміло до чого тут Україна, та українське. У світі вважається, що напрям авангард є мистецтвом без кордонів, тобто у нього немає якоїсь національної приналежності. Тим не менш, тут же на міжнародному культурно просторі закріплений досить сильний бренд саме російського авангарду. У висновку, подвійні стандарти щодо культури двох різних держав. На думку історикині, це свідчить у більшості про колоніальні стереотипи та упередження щодо культури, тобто у колонізованій культурі може бути тільки щось народне, давнє, не пов'язане із сучасністю. Це культура, яка ніби застигла. Так, ми знов повертаємось до найголовнішого виклику нашої культурної дипломатії – деколонізація

української культури, її відрив від асоціації з Росією та російської культурної призми.

Окрім проєкту Ukrainian Art History Оксана Семенік ще займається активною волонтерською діяльністю у сфері культурної дипломатії. Вона веде комунікацію з музеями по всьому світу за популяризацію та дерусифікацію української культури. Один з головних її напрямків є комунікація з інституціями в США. Позитивним результатом її волонтерської діяльності стало те, що Metropolitan музей у Нью-Йорку змінив атрибуцію Куїнджі та Репіна. Окрім цього, комунікуючи з представниками музею, дослідниця змогла домогтися зміни інформації про те, що дружина Пікассо Ольга Хохлова була росіяною. У великому масштабі мова іде не лише про зміну підписів під прізвищами митців, а про загальний підхід як іноземні інституції дивляться на українське мистецтво. Українська держава ніколи не відстоювала своє право називати «українське» «українським», а після початку повномасштабного вторгнення Росії, ми зрозуміли наскільки це важливо. Саме відновленням нашого права наразі і займаються такі культурні волонтери як Оксана Семенік.

Ще одна українська культурна волонтерка, діяльність якої варто відзначити це Олександра Саєнко — засновниця фестивалю української культури UStream в Австрії, а також продюсерка опери «Вишиваний. Король України». Свою діяльність як громадського активіста О. Саєнко розпочала у 2015 році. На той момент вона була головою громадської організації «Центр українських ініціатив», і під патронажем МЗС України отримала повноваження на проведення перших Днів української культури в Австрії. Варто зазначити, що на той момент для австрійців Україна була як terra incognita, незвідана земля. Так, у волонтерки сформувалась головна мета її діяльності - якомога більше розповідати про Україну, обираючи для цього мову культури та мистецтва. За слова О. Саєнко, головна мета стратегії її громадської діяльності це просувати український бренд

експериментаторської, талановитої нації. Ядром ідентичності нашої сучасної нації є дух свободи, нескореності, демократії.

Реалізуючи задуману ідею, її командою у Відні було організовано показ опери-реквієм «ЙОВ», яку після цього демонстрували з величезним успіхом у Нью-Йорку. Експериментаторський дух української нації, українська модерність і модність були показані й на концерті, де Баха виконували у стилі джаз. За допомогою праці О. Саєнко фестиваль UStream став досить упізнаваним брендом як серед академічної спільноти, так і серед пересічного населення закордоном. Одним з головних досягнень і своєї роботи, і української культурної дипломатії загалом вона вважає те, що іноземці вже не плутають Україну з Росією, не називають російську агресію громадянською війною в Україні. У питанні нашої культурної ідентичності це можна вважати нашою невеличкою перемогою. Окрім популяризації українського мистецтва, волонтерка визнає, що метою роботи є й спротив російській пропаганді, яка впливала на свідомість людей століттями. За її думкою, неможливо за кілька років волонтерської роботи радикально змінити все, але однозначно вже є ідентифікація України як самостійної, незалежної нації. В Австрії активно просуваються кілька наративів російської пропаганди, з якими слід боротися. Зокрема про те, що погіршення економічного стану у світі відбувається через Україну, через те, що ми чинимо спротив. Працювати з цими упередженнями та розвінчувати міфи та стереотипи про Україну наразі є важливим завданням її діяльності. Від початку війни О. Саєнко та її команда організували декілька заходів, присвячених подіям в Україні. Був організований показ документальних фільмів «Культура vs Війна», знятих асоціацією «Дивись українське», які розповідають про українських культурних діячів, що пішли добровольцями на фронт або стали волонтерами. На думку волонтерки, такі заходи мають особливу важливість та актуальність. По-перше, вони демонструють, що мистецтво не може бути поза політикою. По-друге, за її думкою, коли про

війну говорять митці, це сприймається набагато глибше, з більшою емпатією [12].

Відзначемо також діяльність Богдана Логвиненко, громадського активіста, а також засновника проєкту *Ukrainer* про подорожі Україною. Його проєкт став особливо важливим під час військових дій, оскільки головна мета команди – подорожувати регіонами України та фільмувати і документувати історії звичайних пересічних громадян, які знаходились чи знаходяться наразі у зоні бойових дій, пережили окупацію. Ще одним з завдань проєкту є промоція українських міст закордоном, адже подорожуючи команда Б. Логвиненка знімає звичайні українські міста, їх життя та людей. На основі зібраних матеріалів про міста, *Ukrainer* запустили серію треків «Хорообрі міста». Сам процес відбувається наступним чином: команда проєкту збирає фокус-групу з представників громад окупованих міст, обговорюють важливі деталі та моменти пов'язані з містами, а потім передають усі інтерв'ю до того чи іншого музиканта, який згідно наданої інформації створює свій трек про конкретне місто. Після створення треку створюється відеокліп з архівних відео з тих міст [86]. За словами Б. Логвиненко, така робота є синтезом медіа і творчості, який несе терапевтичну і мотиваційну роботу на внутрішню аудиторію. Окремо, громадський діяч завдає певної критики державним інституціям України, які займаються культурним питанням, такі як Український інститут чи Міністерство культури. За думкою активіста, Мінкульт є абсолютно регресивною інституцією. Він вважає, що частково певні бюрократичні моменти гальмують співпрацю його команди активістів з офіційними структурами, а також не меншою проблемою є й застаріла система управління радянського зразку за якої інституції продовжують функціонувати [59].

Варто окремо зазначити про діяльність міжнародної організації *Global Ukraine*. *Global Ukraine* є мережою українців, що проживають закордоном. Учасники мережі позиціонують себе як суб'єкти просування інтересів України закордоном, в тому числі і у сфері іміджової політики. Своім

основним завданням вони вбачають виробити цілісну та комплексну систему народної дипломатії для більш ефективного просування національних інтересів та цілей України [43].

Першим спільним проектом мережі став проєкт Global Ukraine News. Його метою є створення інформаційно-аналітичного агентства глобального характеру, яке сприятиме поширенню об'єктивної та правдивої інформації про Україну, запобігає дезінформації та фейкам, і в подальшому позитивно впливатиме на формування іміджу України у світі. Ще одним проектом організації є створення унікального мобільного додатку на базі технології Smart City. Технологія Smart City дає відображення всього, що відбувається в місті. Технологія яку розробили Global Ukrainians це нова технологія, яку назвали Global Smart Nation. Програма сприятиме збору всього інтелектуального капіталу нації та допоможе зробити так, щоб він став каталізатором нових інноваційних проєктів. Також в додаток був доданий проєкт Undiscovered Ukraine, який представляє користувачам українські некомерційні бренди [89].

Таким чином, можна сказати – громадський сектор має не менший вплив у сфері культурної дипломатії, ніж державний. У деяких питаннях культурні волонтери діють ефективніше, ніж офіційні представники країни. Наприклад, громадським діячам легше та швидше організувати якийсь мистецький захід, не треба чекати довгий час узгодження з керівництвом та фінансування з бюджету. Багато своїх заходів вони організують просто в інтернеті, використовуючи різні соц мережі, та через особисті контакти здатні зібрати велику аудиторію. Проте, у певних своїх діях громадські діячі менш ефективні. Зокрема через брак авторитету, офіційного представництва від держави, рекомендацій важко вплинути на позицію крупних культурних інституцій. Брак фінансування масштабних культурних проєктів може сповільнити роботу. Бажання волонтерів розвивати культурну дипломатію тримається в основному на ентузіазмі, емоціях та почуттях, а це в свою чергу

не дає гарантії на функціонування довгострокової та послідовної стратегії їх діяльності.

Висновки до розділу 3.

Загалом, культурний сектор та культурна дипломатія потерпають від певний змін у військовий період. У першу чергу, вони стають інструментом інформаційної політики держав – учасників конфлікту – на міжнародній арені. Головним завданням культурної дипломатії під час війни стає формування позитивного іміджу держави закордоном, створення бажаного образу у масовій свідомість іноземців, а у подальшому, завдяки цьому залучення політичної, економічної та воєнно-технічної підтримки.

Україна, яка наразі перебуває у стані повномасштабної війни з Росією, не є виключенням держави, що намагається використовувати усю дипломатичну силу культурної сфери на міжнародній арені. Стратегія культурної дипломатії України потерпіла ряд змін. Таким чином, змінились головні завдання дипломатичної діяльності. Наразі це протидія російським пропагандистським наративам, боротьба з культурними стереотипами та міфами про українську культуру, підвищення рівня обізнаності про Україну та українське серед пересічних громадян закордоном. Також змінився і сам характер культурної дипломатії. Від тепер важливою рисою української культури є курс на деколонізацію, відрив від радянських та імперських установок. Не менш важливою рисою нової стратегії культурної дипломатії є напрямок на розвиток українських та кримськотатарських студій у закордонних закладах освіти.

Також у ході дослідження було розглянуто процес трансформації державних інституцій України дотичних до дипломатичної діяльності України у сфері культури. А саме, Міністерство закордонних справ, Міністерство культури та Офіс Президента активно просувають у світі основні завдання та цілі нової стратегії культурної дипломатії. Проводять культурно-мистецькі заходи, ініціативи та проєкти з метою підвищення рівня

обізнаності про Україну у світі та також інформування міжнародну спільноту про перебіг подій в Україні на сьогоднішній день. Важливим моментом є демонстрація військових злочинів Росії на території України, знищення культурної спадщини у наслідок бойових дій. Основна мета заходів на подібну тематику: «розкрити очі» світової спільноти, лояльній до Росії, на «справжнє обличчя» військової агресії РФ на території України.

Окремо варто відзначити діяльність Українського інституту. Більшість проєктів, ініціатив, заходів та наукових досліджень з теми української культури та культурної дипломатії проходять під його санкцією. Під час війни Український інститут та його представники стали основними представниками культурної дипломатії України у світі.

Крім державного сектору, активну участь у просування та розбудові концепції культурної дипломатії України під час війни беруть громадські активісти та культурні волонтери. Представники громадського сектору реалізують власні проєкти та ініціативи з культурної теми у світі. Усі вони різного характеру, але мета одна: просування та популяризація української культури у світі, ствердження правосуб'єктності української культури у світі у відриві від російської, демонстрація на міжнародній арені наслідків військової агресії РФ в Україні. Діяльність громадських активістів має як позитивні, так і негативні сторони. У них іноді більше можливостей та змоги організувати благодійний культурно-мистецький захід, деякі з них мають можливість проходити прямо в соцмережах. Їх ініціативи є досить бюджетними, оскільки наприклад якщо вони проходять у мережі Інтернет, то не треба витратити кошти на їх реалізацію. Тим не менш, серед негативних можна виділити брак авторитету та значущості на міжнародній арені. Громадські діячі можуть мати вагомий вплив на масові свідомість звичайних громадян, але щоб представляти Україну на більш високому рівні, на рівні культурно-інтелектуального середовища та серед політичної еліти, треба підтримка державних органів. У той же час, співпраця між громадським

сектором та державним є досить важкою у зв'язку з високим рівнем бюрократії.

ВИСНОВОК

1. Проблема культурної дипломатії України стала актуальним питанням. Оскільки, Українська держава перебуває у стані екзистенційної війни проти Російської Федерації. Головна мета Росії у цій війни повністю знищити українську націю як таку, разом з усіма проявами її ідентичності, у томі числі і культурою. Тому питання розвитку культури України під час військових дій є життєво важливим. У цей же час культурна дипломатія України стала голосом нашого народу у світі. Вона є частиною нашої «м'якої сили», яку Україна використовує задля підвищення свого авторитету на міжнародній арені, покращення іміджу, а в подальшому отримання більше політичної, фінансової та військово-технічної допомоги від союзників та партнерів.

2. Дослідженням культурної дипломатії України займаються у більшості українські дослідники та аналітики. Серед таких можна назвати роботи Д. Юр'євої, Н. Коваль, Д. Терещенко, Ю. Масієнко, К. Загривенко, М. Ірисова, С. Титюк, О. Гайдай, М. Мельник, М. Процюк та інших. У своїх працях українські дослідники в основному піднімають питання деколонізації української культури, культурної контрпропаганди проросійським наративам, розвиток українських та кримськотатарських студій тощо. Щодо західних дослідників, то експерти розглядали питання культурної дипломатії у загальному плані, аналізуючи процеси дипломатичної діяльності у цій сфері, головні методи та інструменти держав. До таких авторів можна віднести Джозефа Ная, Крістину Зак, Дімітріоса Камсаріса. Також у ході дослідження була сформована джерельна база, яка складається з офіційних державних документів, результатів досліджень державних та міжнародних аналітичних центрів, текстів промов державних діячів, а також публікацій у ЗМІ. Проаналізувавши історіографічну та джерельну базу, ми змогли сформуванати категорійний апарат дослідження, який включає такі терміни як: «м'яка сила», «публічна дипломатія», «культурна дипломатія», «імідж

держави», «бренд держави», «культурний геноцид» тощо. Використовуючи порівняльний, системний, інституційний підходи, традиційний аналіз документів, елементи контент-аналізу та івент-аналізу, ми мали змогу дослідити проблему культурної дипломатії України під час війни.

3. Нормативно-правова база дипломатичної діяльності України у сфері культури закріплена у наступних державних документах: Закон України Про культуру (Розділ VIII Міжнародні культурні зв'язки) від 14.12.2010 р., Державну програму забезпечення позитивного міжнародного іміджу України на 2003-2006 роки від 15.10.2003 р., Постанову Про затвердження Державної цільової програми формування позитивного міжнародного іміджу України на період до 2011 року від 03.06.2009 р. та Стратегію публічної дипломатії Міністерства закордонних справ України 2021-2025 від 24.03.2021 р. Проаналізувавши ці документи, ми змогли відслідкувати еволюцію та розвиток стратегії та підходу української держави до розвитку культурної дипломатії. Можна зробити висновок, що детально концепція культурної дипломатії України була зафіксована у Стратегію публічної дипломатії Міністерства закордонних справ України 2021-2025 від 24.03.2021 р. У ній зафіксовані мета, головні завдання та підходи до реалізації конкретно цієї сфери дипломатії України.

4. У ході дослідження були визначені головні державні інституції, які відповідальні за культурну дипломатію України. Так, можна назвати Міністерство закордонних справ України, Міністерство культури та інформаційної політики України та Український інститут. У своїй діяльності вони мають і схожі, і відмінні риси. Наприклад, у МЗС України є основним координаційним центром у сфері культурної дипломатії України. У його відомстві, як прямі представники української культури закордоном, входять такі органи як культурно-інформаційні центри при дипломатичних установах України. Аналізуючи діяльність КІЦ, ми змогли визначити головні проблеми у їх діяльності, а саме недостатнє фінансування від держави, відсутність

експертної бази, виключна офіційність культурних заходів, яка не спрямована на масову аудиторію країни перебування.

Що стосується діяльності Міністерство культури та інформаційної політики України, то тут ми визначили, що діяльність цієї установи спрямована в основному на внутрішню аудиторію. Звичайно, у перелік завдань Мінкульт входить просування та покращення міжнародного іміджу України, але самостійно проєкти вони не реалізують. У більшості беруть участь у ініціативах у партнерстві з МЗС та Українським інститутом.

Окремо варто відмітити діяльність Українського інституту. Розглядаючи цю установу, ми визначили, що це фактично головний осередок культурної дипломатії у нашій державі. Головними завданнями УІ є наступне: проведення аналітичних досліджень у сфері культури, культурної самоідентифікації української нації, деколонізації культури, дослідження культурно-інформаційної пропагандисткої діяльності агресора – Росії; проведення заходів на популяризацію української культури та мистецтва; проведення інформаційної діяльності проти присутності російської культури у міжнародному культурному середовищі. Також, варто відзначити, що УІ наразі, з метою просування української культурної дипломатії, займається відкриттям своїх осередків у країнах Європи. За минулий 2023 рік було відкрито 2 представництва, у Німеччині та Франції.

5. Досліджуючи трансформацію стратегії культурної дипломатії України під час війни, ми з'ясували головні аспекти її діяльності на сьогоднішній день. У перше чергу, це активний процес деколонізації української культури, розвиток українських студій у відриві від російських; дії спрямовані на руйнування проросійських стереотипів та міфів про українську культуру; дискредитація російської влади і російської присутності закордоном шляхом демонстрації військових злочинів РФ на культурно-мистецьких заходах, присвячених темі. Також спроби шляхом культурно-мистецьких заходів, проєктів та акцій підвищити рівень обізнаності про «українське» у пересічного населення закордоном. При цьому було

з'ясовано, що викликами, що встають перед культурною дипломатією нашої держави досі є підвищена лояльність деяких європейських держав до Росії, брак інформації у загальному про українську культуру, наслідки інформаційно-пропагандистських операцій РФ, що впливають на масову свідомість іноземців.

6. Досліджуючи трансформацію державних інституцій, то можна зробити висновок: їх діяльність стала більш активною та продуманою у порівнянні з довоєнним періодом. Від тепер, маючи певну концепцію та стратегію, усвідомлюючи головні проблеми, виклики, представники влади змогли сформувані певний порядок дій та заходів спрямованих на реалізацію стратегії культурної дипломатії. Варто відзначити роботу і МЗС, і Українського культурного фонду, Українського інституту, Офісу Президента – усі ці інституції наразі займаються просування та популяризацією нашої культури закордоном, усвідомлюючи її підвищену важливість під час широкомасштабної війни.

Окремо варто відмітити, що у ході дослідження було розглянуто та проаналізовані міжнародні культурно-мистецькі заходи, де Україна приймала участь. У результаті, ми можемо сказати, що участь нашої держави у подібних заходах не несе якихось кардинальних наслідків для нашого статусу на міжнародній арені. Тим не менш, виступає яскравим інфоприводом та дає змогу представникам з України продемонструвати нашу культуру.

Окрім цього, було досліджено діяльність громадського сектору. Його робота також має свої переваги та недоліки. Можна виділити з першого це простота реалізації проєктів, бюджетність, можливість працювати відразу з масовою аудиторією. Щодо останнього, то це брак масштабного фінансування, відсутність авторитету та важелів впливу на політичні кола, виключна особиста ініціативність громадських діячів.

Рекомендації практичного та теоретичного характеру

Проаналізувавши проблеми, які були виявлені у ході дослідження можна дати наступні рекомендації щодо їх вирішення.

1. Створення державними органами влади окремої стратегії культурної дипломатії України, зафіксованої документально. Стратегія має бути довгострокова, послідовно та детально фіксує основні принципи реалізації культурної дипломатії України, мету, чітко сформовані завдання, цільові аудиторії тощо. Такий документ необхідний з метою унормованості дипломатичної діяльності державних інституцій, її послідовності, постійності, продуманості, а у результаті цього більш ефективної реалізації.

2. Продовження відкриття культурних представництв Українського інституту закордоном. Наступною країною, де має з'явитись подібний осередок української культури, має бути Італійська Республіка. Італія є досить значним партнером України у питаннях євроінтеграції та євроатлантичної інтеграції. Проте у цій країні досі залишається високий рівень лояльності до Росії та російської культури і це у деякому плані гальмує міжкультурний діалог та співробітництво Україна-Італія. Відкриття представництва Українського інституту могло б почати процес вирішення цього питання та покращення культурних взаємовідносин між країнами.

3. Розширення та актуалізація співпраці між державним та громадським сектором у сфері культури. Кожний з цих секторів має свої переваги, тож сумісна робота та співпраця при реалізації проєктів та культурних ініціатив змогла б звести проблеми на нуль.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бакальчук В. Культурний геноцид як складова частина міжнародного злочину РФ в Україні. *Національний інститут стратегічних досліджень*. URL: <https://niss.gov.ua/news/komentari-ekspertiv/kulturnyyu-henotsyd-yak-skladova-chastyna-mizhnarodnoho-zlochynu-rf-v> (дата звернення: 15.11.2023)
2. Баранівська М. Алім Алієв: Після початку російського вторгнення Україна почала набувати суб'єктність. *cs.detector.media*. URL: <https://cs.detector.media/community/texts/185452/2023-05-30-alim-aliiiev-pislya-pochatku-rosiyskogo-vtorgnennya-ukraina-pochala-nabuvaty-subiektnist/> (дата звернення: 08.12.2023)
3. Бліндюк М. Вони люблять війну. Чому культура не може бути поза політикою. *suspilne.media*. URL: <https://suspilne.media/culture/242366-voni-lublat-vijnu-comu-kultura-ne-moze-buti-poza-politikou/> (дата звернення: 16.12.2023)
4. Бондар. А. Культура поза політикою? Небезпечна помилка західних еліт. *Главком | Glavcom*. URL: https://glavcom.ua/columns/and_bondar/kultura-poza-politikoju-nebezpechna-pomilka-zahidnih-elit-853031.html (дата звернення: 18.12.2023)
5. Бондаренко О. Наскільки важливою є перемога Kalush Orchestra на Євробаченні. *suspilne.media*. URL: <https://suspilne.media/culture/240044-naskilki-vazlivou-e-peremoga-kalush-orchestra-na-evrobacenni/> (дата звернення: 22.12.2023)
6. Виконавчий директор УКФ Владислав Берковський зустрівся з головним радником президента Туреччини Ялчин Топчу. *Український культурний фонд*. URL: <https://ucf.in.ua/news/10112023> (дата звернення: 08.12.2023)
7. Вкрадено українську історію, вкрадено культуру: робота пропаганди Кремля – Atlantic Council. *Voice of America*. URL: <https://www.holosameryky.com/a/ukrayina-ckradena-istoriya-kultura/4272644.html> (дата звернення: 24.11.2023)

8. Грачевська Т. Діяльність культурно-інформаційних центрів як компонента культурної дипломатії. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/268616562.pdf> (дата звернення: 10.11.2023)
9. Дацюк С. Культурна політика війни. *Українська правда - Блоги*. URL: <https://blogs.pravda.com.ua/authors/datsuk/54b8d821ea894/> (дата звернення: 01.12.2023)
10. Дмитро Кулеба окреслив чотири ключові завдання МЗС у сфері культурної дипломатії. *Міністерство закордонних справ України*. URL: <https://mfa.gov.ua/news/dmitro-kuleba-okresliv-chotiri-klyuchovi-zavdannya-mzs-u-sferi-kulturnoyi-diplomatiyi> (дата звернення: 08.12.2023)
11. Дослідження інституцій культурної дипломатії Російської Федерації. *Український інститут*. URL: <https://ui.org.ua/sectors/projects/research-sectors/study-on-russian-cultural-diplomacy-institutions-2/> (дата звернення: 12.12.2023)
12. Дуденко О. Культурна дипломатія: як жінки просувають бренд України за кордоном | Жінки – це 50% успіху України. *Жінки – це 50% успіху України*. URL: <https://50vidsotkiv.org.ua/kulturna-dyplomatiya-yak-zhinky-prosuvayut-brend-ukrayiny-za-kordonom/> (дата звернення: 22.12.2023)
13. Еміне Джапарова розповіла на Форумі "Україна 30" про стратегічні підходи МЗС до формування позитивного іміджу України у світі. *Міністерство закордонних справ України*. URL: <https://mfa.gov.ua/news/emine-dzhararova-rozpovila-na-forumi-ukrayina-30-pro-strategichni-pidhodi-mzs-do-formuvannya-pozitivnogo-imidzhu-ukrayini-u-sviti> (дата звернення: 15.12.2023)
14. Еміне Джапарова: те, що ми спостерігаємо сьогодні – це деколонізація української культури. *Міністерство закордонних справ України*. URL: <https://mfa.gov.ua/news/emine-dzhararova-te-shcho-mi-sposterigayemo-sogodni-ce-dekolonizaciya-ukrayinskoyi-kulturi> (дата звернення: 15.12.2023)

- 15.Забіяка І. Культурна дипломатія: від самопізнання до самопрезентації. URL: <https://uaculture.org/texts/kulturna-dyplomatiya-vid-samopiznannya-do-samoprezentacziyi/> (дата звернення: 08.12.2023)
- 16.Заболотний І. Бути чи не бути? Чому українська культурна дипломатія дуже потребує «бустерної дози» у воєнний час. *NV. LIFE*. URL: <https://life.nv.ua/ukr/art/zagroza-vtorgnennya-rosiji-v-ukrajinu-chim-mozhe-dopomogti-kulturna-diplomatiya-illya-zabolotniy-50218366.html> (дата звернення: 15.12.2023)
- 17.Закон України «Про засади внутрішньої і зовнішньої політики». *Офіційний вебпортал парламенту України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2411-17#Text> (дата звернення: 24.11.2023)
- 18.Закон України Про культуру від 2011 року. *Офіційний вебпортал парламенту України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text> (дата звернення: 24.11.2023)
- 19.Закон України Про Український культурний фонд від 2017 року. *Офіційний вебпортал парламенту України*. URL: https://zakononline.com.ua/documents/show/384788__710708 (дата звернення: 24.11.2023)
- 20.Калейдоскоп історії. Українське мистецтво 1912-2023. *Український інститут*. URL: <https://ui.org.ua/sectors/projects/kaleidoscope-of-histories-ukrainian-art-1912-2023/> (дата звернення: 16.12.2023)
- 21.Клименко В. Культурна дипломатія: елегантний тандем мистецтва і політики. *Програма ЄС та Східного партнерства – Культура та креативність*. URL: <https://www.culturepartnership.eu/ua/article/cultural-diplomacy> (дата звернення: 16.12.2023)
- 22.Коваль Н., Гайдай О., Мельник М., Процюк М., Терещенко Д., Ірисова М. Українські та кримськотатарські студії у світі. *Український інститут*. URL: <https://ui.org.ua/ukrainian-and-crimean-tatar-studies/> (дата звернення: 16.12.2023)

- 23.Коваль Н., Ірисова М., Мельник М. Діяльність Українського інституту протягом трьох років існування в розрізі очікувань цільових аудиторій за кордоном. *Український інститут*. URL: <https://ui.org.ua/wp-content/uploads/2022/01/diyalnist-ukrayinskogo-instytutu-protyagom-trokh-rokiv-isnuvannya.pdf> (дата звернення: 16.12.2023)
- 24.Коваль Н., Ірисова М., Титюк С., Терещенко Д. Росспівробітництво: нестерпна жорсткість «м'якої сили». *Український інститут*. URL: <https://ui.org.ua/sectors/rossotrudnichestvo-the-unbearable-harshness-of-soft-power/> (дата звернення: 16.12.2023)
- 25.Коваль Н., Масієнко Ю., Загривенко К., Терещенко Д. Російський прапор буде там, де є російська мова: Фонд «Русский мир». *Український інститут*. URL: <https://ui.org.ua/sectors/russkiy-mir-foundation/> (дата звернення: 16.12.2023)
- 26.Коваль Н., Терещенко Д. Спочатку рублі, тоді гармати: Фонд підтримки публічної дипломатії ім. О. М. Горчакова. *Український інститут*. URL: <https://ui.org.ua/sectors/projects/research-sectors/gorchakov-diplomacy-fund/> (дата звернення: 16.12.2023)
- 27.Конституція України. *Офіційний вебпортал парламенту України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 01.12.2023)
- 28.Корнійчук Ю. Культура як «м'яка сила» в концепції зовнішніх відносин Джозефа Ная. *Головна сторінка DSpace*. URL: <https://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/18080/Korniychuk.pdf;jsessionid=FDfEB8E1DEC522AC8FDD880F7E095747?sequence=1> (дата звернення: 08.12.2023)
- 29.Культура в часі війни: дипломатичний фронт | Інститут Стратегії Культури. *Інститут Стратегії Культури*. URL: <https://isc.lviv.ua/dyplomatiia-v-chasi-vijny/> (дата звернення: 16.12.2023)
- 30.Культура отмены во время войны: украинцы массово отказываются от русского наследия - Дім. *Дім*. URL: <https://kanalDIM.tv/ru/kultura-otmeny-vo->

- vremya-vojny-ukrainczy-massovo-otkazyvayutsya-ot-russkogo-naslediya-video/ (дата звернення: 08.12.2023)
31. Культурна дипломатія як складова державної комунікації: мистецтво презентувати Україну (оглядова довідка за матеріалами преси та інтернету за 2019–2021 рр. *Національна бібліотека України ім. Ярослава Мудрого*. URL: https://nlu.org.ua/storage/files/Infocentr/Tematch_ogliadi/2021/Culture11.10.pdf (дата звернення: 01.12.2023)
32. Культурна дипломатія: з ініціативи Олени Зеленської вже запущено 35 аудіогідів українською у 25 країнах світу. *Офіційне інтернет-представництво Президента України | Володимир Зеленський*. URL: <https://www.president.gov.ua/news/kulturna-diplomatiya-z-iniciativi-oleni-zelenskoji-vzhe-zaru-72309> (дата звернення: 22.12.2023)
33. Куришко Д. Оскар 2023: Фільм про Україну не отримав нагороди, віддали Навальному - BBC News Україна. *BBC News Україна*. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-64935945> (дата звернення: 16.12.2023)
34. Лапіна І. Культурна дипломатія під час повномасштабної російсько-української війни. *Scientific Collection «InterConf»*. URL: <https://archive.interconf.center/index.php/conference-proceeding/article/view/4305/4342> (дата звернення: 22.12.2023)
35. Листівки з України. *Український інститут*. URL: <https://ui.org.ua/postcards-from-ukraine-ua/> (дата звернення: 18.12.2023)
36. Мельник Л. Чому вони такі? Кілька нотаток про «добрих німців» на тлі війни. *LB.ua*. URL: https://lb.ua/culture/2022/04/06/512274_chomu_voni_taki_kilka_notatok_pro.html (дата звернення: 10.12.2023)
37. Міжнародний форум культурної дипломатії 2022. *Український інститут*. URL: <https://ui.org.ua/sectors/international-cultural-diplomacy-forum-2022-2/> (дата звернення: 11.11.2023)

38. Міжнародний форум культурної дипломатії 2023. *Український інститут*. URL: <https://ui.org.ua/sectors/projects/international-cultural-diplomacy-forum-2023-2/> (дата звернення: 11.11.2023)
39. Міністерство закордонних справ України запустило інформаційну платформу для іноземної аудиторії про війну в Україні war.ukraine.ua. *Міністерство закордонних справ України*. URL: <https://mfa.gov.ua/news/ministerstvo-zakordonnih-sprav-ukrayini-zapustilo-informacijnu-platformu-dlya-inozemnoyi-auditoriyi-pro-vijnu-v-ukrayini-warukraineua> (дата звернення: 11.11.2023)
40. Місія та завдання – Український інститут. *Український інститут*. URL: <https://ui.org.ua/mission/> (дата звернення: 12.11.2023)
41. Місяць культурної дипломатії України у Вікіпедії пройде утретє. *Міністерство закордонних справ України*. URL: <https://mfa.gov.ua/news/misyac-kulturnoyi-diplomatiyi-ukrayini-u-vikipediyi-projde-utretye> (дата звернення: 11.11.2023)
42. Морі Є. Як завжди "Оскар", і водночас – ні. Квота на співчуття і вибіркова некоректність. *suspilne.media*. URL: <https://suspilne.media/culture/412104-ak-zavzdi-oskar-i-vodnocas-ni-kvota-na-spivcutta-i-vibirkovalnekorrektnist/> (дата звернення: 16.11.2023)
43. Москалу В. Хто такі Global Ukrainians і чому їхня діяльність важлива для України. *Європейська правда*. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/experts/2016/05/24/7049480/> (дата звернення: 08.12.2023)
44. На одному із найбільших оперних фестивалів в Італії за підтримки УКФ розпочалася виставка про Крушельницьку. *Український культурний фонд*. URL: <https://ucf.in.ua/news/29082023> (дата звернення: 08.12.2023)
45. Національні спільноти України у війні проти Росії. *Український інститут*. URL: <https://ui.org.ua/sectors/projects/national-communities-of-ukraine-in-the-war-against-russia/> (дата звернення: 12.11.2023)

46. Олена Зеленська під час виступу на 42-й сесії Генеральної конференції ЮНЕСКО: Захист України нині є захистом миру, цивілізації, культури в усьому світі. *Київська обласна військова адміністрація Офіційний веб-сайт*. URL: <https://koda.gov.ua/olena-zelenska-pid-chas-vystupu-na-42-j-sesiyi-generalnoyi-konferencziyi-yunesko-zahyst-ukrayiny-nyni-ye-zahystom-myru-czyvilizacziyi-kultury-v-usomu-sviti/> (дата звернення: 22.12.2023)
47. Олена Зеленська розповіла, як культура допомагає українцям боротися й перемагати. *Запорізька обласна державна адміністрація*. URL: <https://www.zoda.gov.ua/news/63955/olena-zelenska-rozpovila,-yak-kultura-dopomagaje-ukrajintsyam-borotisyu-u-peremagati.html> (дата звернення: 22.12.2023)
48. Осипчук А. Чи можливе мистецтво поза політикою? URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/88728ddb-e609-474a-aaef-768b264e0340/content> (дата звернення: 16.12.2023)
49. Парчевська В., Паніна І. Дискусія щодо поняття «культурна дипломатія». *Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса*. URL: <https://jvestnik-sss.donnu.edu.ua> (дата звернення: 08.12.2023)
50. Перша леді взяла участь у відкритті представництва Українського інституту в Парижі. *Офіційне інтернет-представництво Президента України / Володимир Зеленський*. URL: <https://www.president.gov.ua/news/persha-ledi-vzyala-uchast-u-vidkritti-predstavnictva-ukrayin-86897> (дата звернення: 22.12.2023)
51. Підгорна А. Хто найбільшу кількість разів виграв на Євробаченні: топ-3 головних щасливчика. *Новини України за останню годину на Главред. Актуальні новини в світі за сьогодні - Главред*. URL: <https://glavred.net/stars/kto-bolshe-vseh-vyigral-na-evrovidenii-top-3-glavnyh-schastlivchika-10469671.html> (дата звернення: 16.12.2023)
52. Політика культурної дипломатії: стратегічні пріоритети для України – Національний інститут стратегічних досліджень. Збірник науково-експертних матеріалів. Серія «Гуманітарний розвиток». Випуск 5.

- Національний інститут стратегічних досліджень.* URL: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2016-10/kult_dyp-cd7f1.pdf (дата звернення: 08.12.2023)
53. Попова Т. Репутація України у світі. Необхідно покращувати імідж держави. *Радіо Свобода.* URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/29107381.html> (дата звернення: 11.11.2023)
54. Постанова від 15 жовтня 2003 р. N 1609 Про затвердження Державної програми забезпечення позитивного міжнародного іміджу України на 2003-2006 роки. *Офіційний вебпортал парламенту України.* URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1609-2003-%D0%BF#Text> (дата звернення: 11.11.2023)
55. Постанова від 3 червня 2009 р. N 554 Про затвердження Державної цільової програми формування позитивного міжнародного іміджу України на період до 2011 року. *Офіційний вебпортал парламенту України.* URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/554-2009-%D0%BF#Text> (дата звернення: 11.11.2023)
56. Представництво Українського інституту в Німеччині. *Український інститут.* URL: <https://ui.org.ua/sectors/representative-office-in-germany/> (дата звернення: 16.12.2023)
57. Пріоритети політики культурної дипломатії України. *Національний інститут стратегічних досліджень.* URL: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2016-07/kulturna_diplomatia-6959a.pdf (дата звернення: 11.11.2023)
58. Про Євробачення. *Суспільне Євробачення.* URL: <https://eurovision.ua/pro-uevrobachennya/> (дата звернення: 22.12.2023)
59. Пушнова Т. Інтерв'ю з засновником Ukraïner Богданом Логвиненко. *Українська правда – Життя.* URL: <https://life.pravda.com.ua/culture/2023/02/1/252640/> (дата звернення: 22.12.2023)

- 60.Результати «Місяця культурної дипломатії України» у Вікіпедії. *Міністерство закордонних справ України*. URL: <https://mfa.gov.ua/news/rezultati-misyasya-kulturnoyi-diplomatiyi-ukrayini-u-vikipediyi> (дата звернення: 16.12.2023)
- 61.Рибак Д. Культурна дипломатія як інструмент ребрендингу України. *Травневі студії: історія, політологія, міжнародні відносини*. URL: <https://jts.donnu.edu.ua/article/view/8314> (дата звернення: 11.11.2023)
- 62.Розпорядження від 11 жовтня 2016 р. № 739-р Про схвалення Концепції популяризації України у світі та просування інтересів України у світовому інформаційному просторі. *Законодавство України*. URL: <https://web.archive.org/web/20190821083726/https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/739-2016-%25D1%2580> (дата звернення: 11.11.2023)
- 63.Розпорядження від 21 червня 2017 р. № 430-р Про утворення державної установи «Український інститут». *Урядовий портал. Єдиний веб-портал органів виконавчої влади України*. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/250094619> (дата звернення: 11.11.2023)
- 64.Савон К. Вплив політики «м'якої сили» на імідж держави. URL: http://app.nuoua.od.ua/archive/66_2020/18.pdf (дата звернення: 03.11.2023)
- 65.Савон К. Міжнародний імідж України: сучасний стан та перспективи розвитку. URL: <http://dspace.onua.edu.ua/handle/11300/14571> (дата звернення: 03.11.2023)
- 66.Семченко О. Формування іміджу держави в контексті політичної модернізації України. *Український науковий журнал. Освіта регіону. Політологія, психологія, комунікації*. URL: <https://social-science.uu.edu.ua/article/1031> (дата звернення: 06.11.2023)
- 67.Середа С. «Ukraine NOW UA»: що не так з новим брендом України і до чого тут порно. *Радіо Свобода*. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/29221379.html> (дата звернення: 16.12.2023)
- 68.Скачкова О. TikTok в укритии и государственные программы: как работает украинская культурная дипломатия во время войны. *Elle*. URL:

- <https://elle.ua/ru/ludi/novosty/tiktok-v-ukritii-i-gosudarstvennie-programmi-kak-rabotaet-ukrainskaya-kulturnaya-diplomatiya-vo-vremya-voyni/> (дата звернення: 16.12.2023)
- 69.Сприйняття України в Німеччині. *Український інститут*. URL: <https://ui.org.ua/sectors/projects/research-sectors/research-ukraine-in-germany/> (дата звернення: 08.12.2023)
- 70.Сприйняття України у Франції. *Український інститут*. URL: <https://ui.org.ua/sectors/projects/research-sectors/research-ukraine-in-france/> (дата звернення: 08.12.2023)
- 71.Старостіна А., Кравченко В., Личова Г. Міжнародний імідж країни: практичні аспекти аналізу. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/197229275.pdf> (дата звернення: 11.11.2023)
- 72.Статут Українського інституту. Редакція 2021 року. *Урядовий портал. Єдиний веб-портал органів виконавчої влади України*. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/250094619> (дата звернення: 12.11.2023)
- 73.Стратегія публічної дипломатії Міністерства закордонних справ України 2021-2025. URL: <https://mfa.gov.ua/storage/app/sites/public-diplomacy-strategy.pdf> (дата звернення: 12.11.2023)
- 74.Стратегія Українського інституту 2020-2024. *Український інститут*. URL: <https://ui.org.ua/strategy2020-2024/> (дата звернення: 12.11.2023)
- 75.Тимошук М. Громадський сектор під час війни: виклики та можливості мають єдине джерело. *BiggggIdea*. URL: <https://biggggidea.com/practices/gromadskij-sektor-pid-chas-vijni-vikliki-ta-mozhливosti-mayut-edine-dzherelo/> (дата звернення: 20.12.2023)
- 76.Трач О., Карий О. Імідж, бренд та репутація: їх взаємозв'язок і вплив на розвиток територій, організацій та окремих осіб. URL: <https://ena.lpnu.ua:8443/server/api/core/bitstreams/88aed8a2-3d5e-4e01-8072-3ca685f62570/content> (дата звернення: 10.11.2023)
- 77.У німецькому Бундестазі відкрилася імерсивна виставка «Living The War». *Міністерство закордонних справ України*. URL: <https://mfa.gov.ua/news/u->

- nimeckomu-bundestazi-vidkrilasya-imersivna-vistavka-living-war (дата звернення: 08.12.2023)
78. Указ Президента України Про Стратегію сталого розвитку "Україна - 2020". *Офіційний вебпортал парламенту України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5/2015#Text> (дата звернення: 08.12.2023)
79. Україна у Global Soft Power Index. *Український інститут*. URL: <https://ui.org.ua/sectors/projects/ukraine-global-soft-power-index/> (дата звернення: 05.12.2023)
80. Український інститут відкрив представництво у Франції. *Український інститут*. URL: <https://ui.org.ua/news/news-cultural-diplomacy/ukrainian-institute-opens-its-representative-office-in-france/> (дата звернення: 16.12.2023)
81. Фотовиставка Russian War Crimes. *PinchukArtCentre*. URL: <https://new.pinchukartcentre.org/exhibitions/russian-war-crimes-ua> (дата звернення: 16.12.2023)
82. Шейко В. Cancel Russia як інструмент самозбереження. *LB.ua*. URL: https://lb.ua/culture/2022/03/18/509953_cancel_russia_yak_instrument.html (дата звернення: 18.12.2023)
83. Шейко В. В епіцентрі уваги: підсумки 2022 року в культурній дипломатії. *LB.ua*. URL: https://lb.ua/culture/2022/12/30/540637_epitsentri_uvagi_pidsumki_2022_roku.html (дата звернення: 18.12.2023)
84. Юр'єва Д. «Світ відкриває для себе Україну». Деколонізація української культури — чому це важливо. *PolskieRadio.pl*. URL: <https://www.polskieradio.pl> (дата звернення: 24.11.2023)
85. Chol E., Haquet C. Olena Zelenska, Première dame d'Ukraine : «Ne nous oubliez pas !». *L'Express*. URL: <https://bit.ly/3SDovFo> (дата звернення: 22.12.2023)

86. Cities of Freedom: Україна запускає документальний серіал про справжній дух і душу українських міст, які найбільше постраждали від війни. *Міністерство закордонних справ України*. URL: <https://mfa.gov.ua/news/cities-freedom-ukrayina-zapuskaye-dokumentalnijserial-pro-spravzhnij-duh-i-dushu-ukrayinskih-mist-yaki-najbilshe-postrazhdali-vid-vijni> (дата звернення: 16.12.2023)
87. Georgescu A. Branding National Identity. *Academia.edu - Share research*. URL: https://www.academia.edu/99466493/Branding_National_Identity (дата звернення: 10.11.2023)
88. Global Soft Power Index. The world's most comprehensive research study on perceptions of nation brands. *Brand Values, Profiles & Global Rankings / Brandirectory*. URL: <https://brandirectory.com/softpower> (дата звернення: 11.12.2023)
89. Global Ukraine презентувала додаток для підвищення іміджу України. *Новини України - останні новини України сьогодні - УНІАН*. URL: <https://www.unian.ua/economics/other/10755927-global-ukraine-prezentovala-dodatok-dlya-pidvishchennya-imidzhu-ukrajini.html> (дата звернення: 11.12.2023)
90. Günek A. A New Type of Soft Power: Country Branding. *Academia.edu - Share research*. URL: https://www.academia.edu/100328876/A_New_Type_of_Soft_Power_Country_Branding (дата звернення: 10.11.2023)
91. Kamsaris D. D. Cultural diplomacy vs. public diplomacy. *Academia.edu - Share research*. URL: https://www.academia.edu/40529663/Cultural_diplomacy_vs_public_diplomacy (дата звернення: 10.11.2023)
92. Kim H. Bridging the Theoretical Gap between Public Diplomacy and Cultural Diplomacy. URL: <file:///C:/Users/%D0%90%D0%BD%D0%B0%D1%81%D1%82%D0%B0%D>

- 1%81%D0%B8%D1%8F/Downloads/kjis015-02-06.pdf (дата звернення: 10.11.2023)
- 93.Lemkin R. Genocide - A Modern Crime. *Prevent Genocide International*. URL: <http://www.preventgenocide.org/lemkin/freeworld1945.htm> (дата звернення: 08.12.2023)
- 94.Luck E. C. Cultural Genocide and the Protection of Cultural Heritage. *Getty: Resources for Visual Art and Cultural Heritage*. URL: <https://www.getty.edu/publications/occasional-papers-2/> (дата звернення: 10.11.2023)
95. Mytsyk L. M. Cultural diplomacy as a tool for shaping the international image of Ukraine. URL: <http://lib.ndu.edu.ua/dspace/bitstream/123456789/2424/1/8.pdf> (дата звернення: 11.11.2023)
- 96.Nation Brands 121 2023 Ranking. *Brand Values, Profiles & Global Rankings / Brandirectory*. URL: <https://brandirectory.com/rankings/nation-brands/> (дата звернення: 08.12.2023)
- 97.Novic E. Heritage Destruction and Genocide. *Taylor & Francis Group*. URL: <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781003131069-8/heritage-destruction-genocide-elisa-novic> (дата звернення: 08.12.2023)
- 98.Novic E. The concept of cultural genocide: an international law perspective. *Cadmus Home*. URL: <https://cadmus.eui.eu/handle/1814/43864> (дата звернення: 08.12.2023)
- 99.Nye J. S. Bound to lead: The changing nature of American power. URL: <https://www.kropfpolisci.com/exceptionalism.nye.pdf> (дата звернення: 11.11.2023)
100. Ryniejska M. – Kiełdanowicz. Cultural Diplomacy as a Form of International Communication. URL: <https://interarts.net/descargas/interarts664.pdf> (дата звернення: 11.11.2023)

101. Ukraine NOW. Новий брендинг України. *banda.agency*. URL: <https://web.archive.org/web/20180928200734/http://banda.agency/ukrainenow/> (дата звернення: 08.12.2023)
102. Ukraine.ua увійшла до п'ятірки офіційних сторінок країн світу в Instagram. *Укрінформ - актуальні новини України та світу*. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-technology/3658297-ukraineua-uvijsla-do-top5-oficijnih-storinok-krain-svitu-v-instagram.html> (дата звернення: 08.12.2023)
103. Update 27.02.2022 – On the situation in Ukraine, our work, ways to help. *Український інститут*. URL: <https://ui.org.ua/news/update-27-02-2022-on-the-situation-in-ukraine-our-works-ways-to-help/> (дата звернення: 11.11.2023)
104. Zack C. The Use of Power in International Relations Discussing Hard & Soft Diplomacy. *Academia.edu - Share research*. URL: https://www.academia.edu/40567745/The_Use_of_Power_in_International_Relations_Discussing_Hard_and_Soft_Diplomacy (дата звернення: 10.11.2023)