умов господарювання [7]. Пропонуємо при зростанні показника синтетичного бонітету земель областей витрати бюджетних коштів скорочувати, а при зменшенні — збільшувати.

Література:

1. Богач Л. В. Теоретичні засади розвитку орендних земельних відносин у аграрній сфері. — Вісник Академії праці і соціальних відносин і туризму. — К. — С. 51–55.
2. Гераймович В. Л. Проблеми державного регулювання інвестиційного процесу в Україні. Електронний режим доступу:[www.nbuv.gov.ua, 2011].
3. Данилишин Б. Нова державна підтримка агропромислового комплексу — шлях в нікуди. Електронний режим доступу:[https://ukr.lb.ua/economics/2016/04/07/332278_nova_derzhavna_pidtrimka.html].
4. Івченко В. Нові правила оподаткування для аграріїв на 2017 рік. Що пропонуємо? Електронний режим доступу: [https://agropolit.com/blog/112-novi-pravila-opodatkuvannya-dlya-agrariyiv-na-2017-rik-scho-proponuyemo.].
5. Кваша С. М., Витвицька О. Д., Наконечна К. В. Механізм державної підтримки сільськогосподарського виробництва та шляхи його удосконалення. — 2009. — ННЦ ІАЕ. — 215 с.
6. Наконечна К. В. Проблеми управління регіональними трансформаціями аграрної сфери економіки. Вісник аграрної науки. Випуск 12. — 2012. — Ст. 73–74.
7. Наконечна К. В. Механізм державної підтримки сільськогосподарського виробництва та шляхи його удосконалення. : автореф. дис ... канд. екон. наук: 08.00.03. — Київ : Б. в., 2008 . — 22 с. — На укр. яз.
8. Радченко Оксана. Державна підтримка сільського господарства України в період системних реформ. Економічний дискурс. — Міжнародний науковий журнал. — Випуск 2. — 2016. — ст. 47–53.]
9. Розгон А. В. Про житницю Європи та її зозулятко / А. В. Розгон // Дзеркало тижня. — 2003. — № 12. — С. 2–3.
10. Рядно О. Моделювання управління фінансами підприємств / О. Рядно, Ю. Шерстенников // Економіка України. — 2007. — №12. — С. 12.

МІЖНАРОДНИЙ ІМІДЖ УКРАЇНИ ТА ПУБЛІЧНА ДИПЛОМАТІЯ

***Новохатько Л. М.**, доктор історичних наук, професор, завідувач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю, Київський університет імені Бориса Грінченка,*
***Піскорська Г. А.**, кандидат історичних наук, доцент, Інститут міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка*

***Annotation.** Public diplomacy is one of the main means of shaping positive public opinion about a country abroad. It also allows effective exercise of soft power of a state. The study deals with the practice of Ukraine in implementing its public and image diplomacy as democratic state in terms of soft power. Special attention is being paid to presence or lack of purposeful actions to fulfill image diplomacy.*

***Keywords**: public diplomacy, cultural diplomacy, image of a country, «soft power».*

Упродовж останніх років Україна привернула увагу світової спільноти як країна, що бореться за європейські цінності та демократію. Трансформаційні зміни в Україні обговорювалися, аналізувалися та висвітлювалися політичними діячами, науковцями, журналістами та звичайними громадянами. Однак за три роки констатується послаблення уваги до України з боку світової спільноти багато в чому через розчарування у можливостях здійснення ґрунтовних реформ. Серед основних причин погіршення позитивного іміджу України виокремлюються: повільне втілення реформ у життя, вплив олігархів на політику, внутрішні суперечки та політичні кризи, неефективні заходи щодо боротьби з корупцією.

Нехтування з боку державної влади такими засобами «soft power», як публічна дипломатія та її похідні — іміджева та культурна дипломатія, — може розцінюватися як недалекоглядність щодо створення і підтримання позитивного іміджу держави на міжнародній арені. Без сумніву, за допомогою саме цих інструментів формується образ держави у світі. Як показує практичний досвід інших міжнародних акторів, публічна і культурна дипломатія за правильного і продуманого підходу можуть успішно творити образ держави у світі. Використання інструментів «м'якої сили» у зовнішній політиці України — одне з важливих завдань зовнішньополітичної стратегії нашої держави. Питання публічної і культурної дипломатії України в цьому контексті стали предметом дослідження С. І. Здіорук, О. М. Литвиненко, О. П. Розумної та ін. [1].

Публічна дипломатія — це комунікація уряду країни з іноземною аудиторією, що має на меті донесення ідей та ідеалів, особливостей

інституцій та культури, а також національних цілей та поточної політики країни, яка здійснює публічну дипломатію. Основними інструментами публічної дипломатії є спільні публічні заходи (візити, семінари, конференції, прес-конференції, громадські дебати, різні проекти, дослідження, публікації, радіо-, теле-, кінопродукція тощо).

2015р. став певним проривом діяльності України у сфері публічної дипломатії, ця важлива для держави сфера була інституціалізована: 22 грудня 2015 р. у Міністерстві закордонних справ України було створене Управління публічної дипломатії. Заходи публічної дипломатії в МЗС мають об'єднати і використати синергію трьох напрямів роботи: іміджеві програми (конференції, круглі столи, публічні акції, взаємодія з експертами та громадянським суспільством загалом), культурна дипломатія (реформа системи культурного представництва України за кордоном, реалізація українських культурних проектів за кордоном, сприяння залученню найліпших зарубіжних культурних практик) та зв'язки з медіа (проактивна робота з медіа, управління системою дипломатії в соціальних мережах, управління блогами МЗС, виготовлення контенту та реалізація онлайн-кампаній).

Крім цього, за результатами співробітництва Міністерства інформаційної політики, МЗС України та інститутів громадянського суспільства розпочато інформаційний проект Ukraine: Freedom, Dignity, Creativity («Україна: Свобода, Гідність, Креативність») та відповідну міжнародну кампанію My Ukraine is («Моя Україна — це…») з популяризації нашої країни за кордоном. У межах кампанії запущено профільний сайт (www.myukrianeis.org) та планується до друку однойменний буклет, що буде перекладений різними мовами світу. Проект передбачає залучення всіх бажаючих, які мають додати свій цікавий факт про Україну. Але, незважаючи на певні практичні кроки щодо інституціалізації публічної дипломатії, результативність у цій сфері поки що є досить помірною. Маємо лише поодинокі випадки створення закордонних закладів з просування міжнародного іміджу та репутації України: Український культурно-інформаційний центр при посольстві України у Франції, Український інститут у Швеції [2, с. 211].

Помітним успіхом можна назвати розроблення і прийняття 11 жовтня 2016 р. Міністерством інформаційної політики України Концепції популяризації України у світі та просування інтересів України у світовому інформаційному просторі. Метою Концепції є популяризація України у національних і світових інформаційних ресурсах, формування позитивного іміджу України шляхом висвітлення об'єктивної інформації про конкурентні переваги України, забезпечення на міжвідомчому рівні постійної оперативної діяльності з підготовки і поширення у світовому інформаційному просторі об'єктивної інформації про Україну. Реалізація Концепції здійснюватиметься через

впровадження міжсекторального підходу до її реалізації, удосконалення інформаційної політики та інституційного середовища. Зокрема передбачається забезпечення ефективного використання можливостей українських культурно-інформаційних центрів за кордоном, а також зміцнення їх матеріально-технічної бази з метою їх залучення, зокрема, до виготовлення іноземними мовами і розповсюдження інформаційно-іміджевих матеріалів, присвячених Україні [3].

Україна має в наявності декілька імідж-ресурсів, які вона може розвивати та використовувати в контексті подальшого покращення іміджу країни в світі. Так, Україна має надзвичайно вигідне геополітичне положення, що обумовлює європейську інтеграцію в процесі глобалізації сучасного світу. Важливу роль у формуванні позитивного іміджу може зіграти українська діаспора. Сьогодні необхідна єдність української громадськості на теренах і за межами України з метою відстоювання інтересів українства у всьому світі. Українська діаспора у світі налічує понад 20 млн. українців.

Особливе значення в позиціюванні України в світі має створення системи іномовлення, яке спрямоване не лише на захист українського інформаційного простору, а насамперед на донесення до світової спільноти правдивої інформації про події в Україні, історичні факти, культурні традиції, створення позитивного іміджу країни поза її межами. Нещодавно в Україні існувало кілька каналів, орієнтованих на здійснення мовлення на закордонну аудиторію. При чому, як державних, так і приватних. Зокрема, таких каналів як УТР, Перший Ukraine та приватний канал Ukraine Today.

У 2016 р. вступив в дію Закон України «Про систему іномовлення України», що стало основним досягнення Міністерства інформаційної політики [4]. Згідно Закону, систему державного іномовлення України становитимуть державне підприємство «Мультимедійна платформа іномовлення України» (UA|TV) та Українське національне інформаційне агентство «Укрінформ».

Основними завданнями державного іномовлення України є:

- об'єктивне, повне, своєчасне і неупереджене, всебічне і збалансоване інформування про суспільно значущі події в Україні, офіційну внутрішню і зовнішню політику та позицію держави, діяльність органів державної влади та органів місцевого самоврядування;
- забезпечення платформи для дискусій стосовно офіційної позиції органів державної влади та органів місцевого самоврядування з важливих питань політики, культури, спорту, освіти, науки та економіки, обміну ідеями між різними культурами і народами світу;

- забезпечення збалансованого і прозорого доступу суб'єктів суспільно-політичного, культурного та економічного життя до програм (передач) дискусійного формату, зокрема у формі дебатів;

- сприяння консолідації українського та іноземного суспільства шляхом поширення через міжнародні ЗМІ та інформаційні агенції матеріалів (програм) виробництва МПУ;

- популяризація української культури, сприяння розвитку мов і культур національних меншин;

- сприяння задоволенню інформаційних, культурних та освітніх потреб іноземної аудиторії, у тому числі шляхом створення та поширення економічних, історично-документальних, культурно-мистецьких, навчально-пізнавальних, розважальних, спортивних програм, програм для дітей та молоді, людей з обмеженими фізичними можливостями, інших соціальних груп;

- сприяння зміцненню міжнародного авторитету України та підвищенню інвестиційної привабливості.

Новостворена українська мультимедійна платформа іномовлення — серйозний крок до світового співтовариства, один із найважливіших інструментів комунікації з зовнішньою аудиторією. Використовуючи іномовлення, Україна повинна інформувати світ про процеси в країні, про головні принципи зовнішньої і внутрішньої політики; спростовувати інсинуації щодо подій в Україні; висловлювати український погляд на події у світі; демонструвати високий культурний, науковий, економічний потенціал країни як партнера.

За останні роки також з'явилося чимало громадських організацій, об'єднань, інтернет-порталів, проектів, які ставлять собі за мету розповісти світу про Україну. Наприклад, мережа «Global Ukraine» покликана формувати народну дипломатію, здатну сприяти просуванню української ідентичності та культури. Сьогодні позитивний імідж України в світі є надзвичайно важливим для підтримки України світовим співтовариством. Сьогодні вкрай необхідно консолідувати зусилля для формування позитивного іміджу України в світі спільними зусиллями державних діячів, бізнес-лідерів, громадських активістів, діаспори, свідомих громадян. Для покращення міжнародного іміджу України необхідно вжити комплексних заходів, серед яких боротьба з корупцією, впровадження корінних реформ, активну позиція громадян та тиск на владу з метою успішного завершення перетворень в країні, підтримку державою громадських центрів та організацій, залучення простих українців до формування інформаційного простору через мережу Інтернет тощо [5].

Україна, як велика держава, що змогла відстояти своє право стати справді вільною, незалежною і демократичною здатна створити власний бренд, що дозволить покращити її міжнародний імідж. Формування

позитивного іміджу України в світі залучить інвестиції в економіку країни, створить нові робочі місця і поліпшить інфраструктуру. Відтак, імідж України має базуватися на національній ідеї, відобразити національні інтереси країни, її пріоритети у внутрішній, зовнішній політиці і бачення місця України в світі. Робота над створенням іміджевих програм, які спроможні в оновленому вигляді представити Україну як перспективну та модерну державу триває і набирає нових обертів.

Література:

1. Здіорук С. І. Культурна політика України : національна модель у європейському контексті : аналіт. доп. / С. І. Здіорук, О. М. Литвиненко, О. П. Розумна; за ред. С. І. Здіорука. — К. : НІСД, 2012. — 64 с.
2. Аналітична доповідь до Щорічного Послання Президента України до Верховної Ради України «Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2016 році». — К. : НІСД, 2016. — 688 с.
3. Про схвалення Концепції популяризації України у світі та просування інтересів України у світовому інформаційному просторі [Електроний ресурс] / Кабінет міністрів України. — 11 жовтня 2016 р. — Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/739-2016-%D1%80
4. Закон «Про систему іномовлення України» 2016. — № 856- VIII [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/856-19
5. Розумна О. Культурна дипломатія України : проекти і можливості. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: URL: http://life.pravda.com.ua/columns/2015/04/1/191893

УРАХУВАННЯ СТОХАСТИЧНОСТІ ПРИ ІМІТАЦІЙНОМУ МОДЕЛЮВАННІ ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ

Онишкевич В. М., *к. ф.-м. н., доцент,*
Гапаляк Х. О., *магістр,*
НЛТУ України

Annotation. *The necessity of analysis of environmental economic factors for modeling of global processes is motivated. On the bases of improvement of J.Forrester's model feasibility of taking into account stochastic factors during mathematical modeling of such processes is proposed.*

Keywords: *imitative mathematical model, environmental economics, stochastic factors, system of differential equations.*