

РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА ПОЛІТОЛОГІЇ ТА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему:

«ВПЛИВ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ НА ФОРМУВАННЯ
МІЖНАРОДНОГО ІМІДЖУ УКРАЇНИ»

Студент 4 курсу

Спеціальності 291

Міжнародні відносини,
суспільні комунікації та регіональні студії

Роман Нечипорук

Керівник: Роман Крет

Національна шкала _____

Кількість балів: _____ Оцінка: ECTS _____

Члени комісії:

(підпис) (прізвище та ініціали)

(підпис) (прізвище та ініціали)

(підпис) (прізвище та ініціали)

Рівне - 2026 рік

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ ТА ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНОГО ІМІДЖУ ДЕРЖАВИ	6
1.1. Сутність та інструменти публічної дипломатії в сучасних міжнародних відносинах.....	6
1.2. Поняття та складові міжнародного іміджу держави.....	13
Висновки до розділу 1	20
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ УКРАЇНИ ТА ЇЇ ВПЛИВУ НА МІЖНАРОДНИЙ ІМІДЖ ДЕРЖАВИ	21
2.1. Основні напрями та інституційне забезпечення публічної дипломатії України.....	21
2.2 Основні практики публічної дипломатії України у сфері культури, цифрових технологій та взаємодії з діаспорою	27
2.3. Оцінка міжнародного іміджу України та його виклики і досягнення	34
Висновки до розділу 2	39
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ УКРАЇНИ ДЛЯ ПОКРАЩЕННЯ МІЖНАРОДНОГО ІМІДЖУ.....	41
3.1. Проблеми та обмеження публічної дипломатії України	41
3.2. Рекомендації щодо вдосконалення публічної дипломатії України.....	47
Висновки до розділу 3	57
ВИСНОВКИ.....	58
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	62

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Глобалізація інформаційного простору та цифрова революція кардинально трансформували природу міжнародної взаємодії, відкривши перед державами нові можливості для безпосереднього впливу на зарубіжну громадськість, що виходять за межі традиційних дипломатичних каналів. Публічна дипломатія набула стратегічного значення як інструмент «м'якої сили», концепцію якої запропонував американський науковець Формування позитивного міжнародного іміджу, Недостатня наукова систематизація взаємозв'язку між публічною дипломатією та міжнародним іміджем України в умовах повномасштабного збройного конфлікту та брак комплексних практичних рекомендацій для вдосконалення державної комунікаційної стратегії визначають актуальність обраної теми.

Дослідження ґрунтується на аналізі нормативно-правових актів України у сфері зовнішньої політики та стратегічних комунікацій, зокрема Стратегії зовнішньополітичної діяльності України та Стратегії публічної дипломатії МЗС на 2021-2025 роки, що визначають засадничі орієнтири державної комунікаційної діяльності [1, 2]. Практична база дослідження сформована на основі звітів Українського інституту, аналітичних матеріалів BRAND UKRAINE та Національного інституту стратегічних досліджень, що систематично відстежують ефективність публічної дипломатії та динаміку міжнародного іміджу держави [3, 4, 5]. Теоретичний фундамент роботи складають праці зарубіжних авторів Дж. Ная [6] та М. Леонарда [7], а також дослідження вітчизняних науковців Г. Почепцова [8], О. Корнієвського [9], Л. Чупрій [10] та О. Коломієць [11], що формують концептуальну рамку для аналізу досліджуваної проблематики.

Об'єктом дослідження є публічна дипломатія як система цілеспрямованих комунікаційних дій держави та недержавних акторів, спрямованих на формування позитивного образу України в очах міжнародної спільноти через культурні, освітні, цифрові та діаспорні канали взаємодії із зарубіжною аудиторією.

Предметом дослідження є механізми та інструменти впливу публічної дипломатії на формування міжнародного іміджу України в умовах

повномасштабного збройного конфлікту з Росією та прагнення до євроатлантичної інтеграції, включаючи інституційне забезпечення, практичні ініціативи і виміри ефективності комунікаційних зусиль держави у різних регіонах світу.

Метою курсової роботи є комплексне дослідження впливу публічної дипломатії на формування міжнародного іміджу України та розробка науково обґрунтованих рекомендацій щодо підвищення її ефективності у сучасних геополітичних умовах.

Для досягнення поставленої мети визначено такі завдання:

- 1) з'ясувати теоретичні засади публічної дипломатії та її взаємозв'язок із концепцією м'якої сили у сучасних міжнародних відносинах;
- 2) розкрити поняття, структуру та основні складові міжнародного іміджу держави як стратегічного ресурсу зовнішньої політики;
- 3) проаналізувати інституційне забезпечення та ключові практики публічної дипломатії України у сферах культури, цифрових технологій та роботи з діаспорою;
- 4) оцінити вплив публічної дипломатії на формування міжнародного іміджу України через аналіз міжнародних рейтингів, медійного висвітлення та регіональної диференціації підтримки;
- 5) виявити системні проблеми та розробити рекомендації щодо вдосконалення публічної дипломатії України для покращення її міжнародного іміджу.

Методи дослідження. У роботі застосовано комплекс загальнонаукових та спеціальних методів. Системний метод забезпечив аналіз публічної дипломатії як цілісного комплексу взаємопов'язаних елементів у рамках єдиної стратегії зовнішньої комунікації держави. Порівняльний метод використано для зіставлення досвіду публічної дипломатії різних держав та адаптації кращих практик до українського контексту. Інституційний аналіз застосовано для дослідження органів і організацій, що реалізують публічну дипломатію України, їх повноважень і взаємодії у рамках єдиної комунікаційної стратегії. Контент-

аналіз застосовано для дослідження медійного висвітлення України в міжнародних ЗМІ та домінуючих наративів у глобальному інформаційному просторі. Метод аналізу документів охоплює вивчення нормативно-правової бази, стратегічних документів, звітів державних інституцій та незалежних аналітичних центрів. Поєднання зазначених методів забезпечило всебічний аналіз проблематики та обґрунтованість отриманих висновків.

Структура роботи. Курсова робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та літератури. У першому розділі досліджено теоретичні засади публічної дипломатії та формування міжнародного іміджу держави: розкрито концептуальні підходи, інструментарій публічної дипломатії та методи вимірювання іміджу держави. Другий розділ присвячено практичному аналізу публічної дипломатії України: інституційному забезпеченню, практикам у сферах культури, цифрових технологій і діаспорної роботи та оцінці міжнародного іміджу держави. Третій розділ охоплює системне дослідження проблем і обмежень публічної дипломатії України та розробку комплексу рекомендацій щодо її вдосконалення. Загальний обсяг роботи становить 68 сторінок основного тексту з 10 таблицями та 3 рисунками. Список використаних джерел налічує 60 позицій.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ ТА ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНОГО ІМІДЖУ ДЕРЖАВИ

1.1. Сутність та інструменти публічної дипломатії в сучасних міжнародних відносинах

Публічна дипломатія сьогодні є одним із інструментів зовнішньої політики, а повноцінним стратегічним ресурсом держави.. В умовах цифрової революції та глобального інформаційного суспільства вона зазнала кардинальних змін, адже якщо раніше основна увага приділялася комунікації між урядами, то тепер держави безпосередньо взаємодіють із закордонною громадськістю через культуру, освіту, соціальні мережі та діаспорні канали. Її мета полягає у формуванні привабливого образу країни, просуванні її інтересів і вибудові тривалих партнерств. Особливо важливо для держав, що переживають конфлікти або проводять радикальні реформи, оскільки публічна дипломатія сприяє протидії дезінформації та руйнуванню негативних стереотипів.

Поняття «публічна дипломатія» виникло в США у часи Холодної війни, коли виникла потреба систематизувати інформаційну та культурну роботу держави за кордоном. Джозеф Най характеризує її як ключовий інструмент «м'якої сили»: держава досягає своїх зовнішньополітичних цілей не через примус чи підкуп, а через привабливість власну культуру, ідеї та інституції [2]. Тому будуються тривалі відносини між народами, засновані на переконанні, а не на тиску.

Британський дослідник Марк Леонард трактує публічну дипломатію як механізм створення тривалих взаємовідносин із зарубіжною аудиторією через культурний обмін, освітні програми та інформаційну діяльність, що формують підґрунтя для взаємної довіри між державами. Він акцентує увагу на необхідності структурного підходу до реалізації публічної дипломатії, яка передбачає цілеспрямоване й послідовне використання різноманітних комунікаційних каналів для закріплення позитивного іміджу країни. Водночас в українському науковому дискурсі сформовано специфічні підходи до розуміння публічної дипломатії, в

яких враховуються як світовий досвід, так і унікальні національні обставини та геополітичне положення України [7]. Лідія Мельникова визначає публічну дипломатію як організовану систему комунікативних заходів, спрямованих на побудову позитивного іміджу держави за кордоном. Вона наголошує на ключовій ролі зворотнього зв'язку з міжнародною аудиторією для підвищення ефективності цього процесу [12].

Валерій Копійка та Оксана Шинкаренко розглядають публічну дипломатію як багатовимірну діяльність державних органів, що спрямована на інформування міжнародної спільноти про національні цінності, культуру та політику країни. Дослідники особливо підкреслюють важливість скоординованої взаємодії між різними гілками влади та недержавними акторами з метою досягнення синергетичного ефекту у формуванні позитивного міжнародного іміджу держави [13]. Олександр Корнієвський, у свою чергу, акцентує увагу на стратегічному аспекті публічної дипломатії, трактуючи її як інструмент реалізації довгострокових зовнішньополітичних цілей шляхом впливу на громадську думку в ключових державах-партнерах і конкурентах. Аналіз зазначених підходів дозволяє виокремити єдність у розумінні публічної дипломатії як свідомо спрямованої діяльності держави, що має на меті формування позитивного іміджу серед закордонної аудиторії через різні комунікаційні канали. Незважаючи на спільну концептуальну основу, кожен дослідник наголошує на окремих аспектах публічної дипломатії, які відображають специфічні особливості національного контексту та теоретичних парадигм, що збагачує загальний дискурс навколо цього феномену [9].

Систематизація різних наукових підходів до визначення публічної дипломатії є особливо цінною для розкриття домінантних акцентів у її розумінні та дозволяє простежити еволюцію концепції, починаючи із суто інформаційної функції і закінчуючи комплексним багатофункціональним інструментом зовнішньополітичної діяльності. Важливою спільною рисою всіх визначень є сприйняття публічної дипломатії як альтернативи жорстким формам впливу, яка ґрунтується на переконанні, діалозі та вибудовуванні стійких партнерських

відносин між країнами й народами. Особливе місце в сучасному етапі розвитку публічної дипломатії займає її інтеграція з цифровими технологіями, які значно розширюють горизонти для безпосередньої комунікації з цільовими аудиторіями та створюють нові можливості моніторингу громадської думки в режимі реального часу. Водночас публічна дипломатія адаптується до нових викликів, таких як гібридні війни, поширення дезінформації та зростаюча конкуренція за інформаційний вплив у глобальному просторі. Для всебічного аналізу та глибшого розуміння різноманіття підходів до визначення публічної дипломатії доцільним є проведення порівняльного аналізу основних концепцій, запропонованих провідними дослідниками у цій галузі.

Таблиця 1.1

Трактування поняття публічної дипломатії різними дослідниками

Автор	Визначення	Ключовий акцент
Джозеф Най	Інструмент «м'якої сили», що передбачає здатність досягати цілей через привабливість	М'яка сила та привабливість держави
Марк Леонард	Механізм побудови довгострокових відносин через культурний обмін	Довгострокові відносини та культурна взаємодія
Лідія Мельникова	Система організованих комунікацій між державою та зарубіжною громадськістю	Комунікативна природа та формування іміджу
Валерій Копійка, Оксана Шинкаренко	Комплексна діяльність органів влади з інформування про національні цінності	Інституційний підхід та національні цінності
Олександр Корнієвський	Стратегічний інструмент досягнення довгострокових зовнішньополітичних цілей	Стратегічне планування та вплив на громадську думку

Створено автором на основі джерел [6, 12, 7, 13, 9]

Арсенал публічної дипломатії сьогодні є надзвичайно різноманітним. Культурна дипломатія один із базових напрямів передбачає просування національної культури, мови, мистецтва та історичної спадщини через виставки, фестивалі, гастролі та культурні обміни. Публічна дипломатія розглядається як ключовий інструмент України в умовах воєнного стану, який сприяє підтримці міжнародної підтримки та формуванню позитивного іміджу держави на зовнішній арені [14]. Дослідник аналізує механізми впливу культурної дипломатії на сприйняття держави, підкреслюючи роль культурних обмінів у формуванні довгострокових зв'язків між народами. Практика провідних країн світу демонструє, що систематичні інвестиції у культурну дипломатію приносять

вагомі результати у формуванні позитивного іміджу та зміцненні міжнародних позицій держави.

Освітня дипломатія реалізується через програми академічних обмінів, стипендії для іноземних студентів, створення культурних та освітніх центрів за кордоном, що сприяє формуванню довгострокових зв'язків та позитивного ставлення до держави серед майбутніх лідерів думок та представників інтелектуальної еліти. Практика провідних країн світу, зокрема США, Великої Британії, Франції та Німеччини, демонструє, що випускники освітніх програм часто стають найбільш ефективними амбасадорами країни, оскільки мають глибоке розуміння її культури, цінностей та суспільних процесів на основі особистого досвіду навчання та проживання. Цифрова дипломатія набула особливого значення в умовах глобалізації інформаційного простору, охоплюючи діяльність у соціальних мережах, створення багатомовного контенту, використання мультимедійних технологій для донесення позиції держави до широкої міжнародної аудиторії у режимі реального часу. Дослідження Центру Разумкова щодо цифрової дипломатії України в умовах війни демонструють зростаючу роль цифрових платформ у формуванні міжнародної підтримки та мобілізації ресурсів для захисту національних інтересів [15].

Медіа-дипломатія передбачає співпрацю з міжнародними засобами масової інформації, організацію прес-конференцій, брифінгів та інтерв'ю для формування об'єктивного образу держави у світових медіа та протидії дезінформаційним кампаніям. Георгій Почепцов наголошує на важливості розуміння нових комунікативних технологій для ефективної реалізації публічної дипломатії у XXI столітті, зокрема в контексті протидії гібридним війнам та інформаційним операціям, які намагаються маніпулювати громадською думкою [8]. Дослідник аналізує трансформацію комунікативного простору під впливом цифровізації та появи нових медіа-платформ, що створюють як можливості, так і виклики для публічної дипломатії. Діаспоральна дипломатія використовує потенціал закордонних громад як амбасадорів національних інтересів, сприяючи збереженню культурних зв'язків та лобіюванню позиції держави у країнах

проживання через створення мереж впливу. Національний інститут стратегічних досліджень підкреслює роль української діаспори як важливого ресурсу просування національних інтересів на міжнародній арені, особливо в контексті європейської та євроатлантичної інтеграції України [5].

Систематизація основних інструментів публічної дипломатії допомагає краще зрозуміти їх специфіку, форми реалізації та очікувані результати від застосування у зовнішньополітичній практиці держави. Кожен інструмент публічної дипломатії має свої унікальні характеристики та цільові аудиторії, проте найбільшій ефективності досягають держави, які здатні інтегрувати різні інструменти у єдину стратегію комунікації з міжнародною спільнотою. Важливим аспектом ефективного використання інструментів публічної дипломатії виступає їх адаптація до специфіки регіонів та культурних особливостей цільових аудиторій, оскільки те, що працює в одному регіоні, може бути неефективним або навіть контрпродуктивним в іншому. Водночас усі інструменти публічної дипломатії мають спиратися на автентичні цінності та реальні досягнення держави, оскільки штучно створений образ швидко руйнується під впливом критичного аналізу міжнародної спільноти. Для наочного представлення основних інструментів публічної дипломатії доцільно розглянути їх систематизацію у порівняльному форматі.

Таблиця 1.2

Основні інструменти публічної дипломатії та їх характеристики

Інструмент	Основні форми реалізації	Очікуваний ефект
Культурна дипломатія	Культурні заходи, виставки, фестивалі, гастролі творчих колективів, презентація національної спадщини	Формування привабливого образу культури держави, створення емоційного зв'язку
Освітня дипломатія	Академічні обміни, стипендії, культурні центри за кордоном, мовні курси	Створення довгострокових зв'язків з майбутніми лідерами думок та інтелектуальною елітою
Цифрова дипломатія	Діяльність у соціальних мережах, багатомовний контент, мультимедійні технології	Охоплення широкої міжнародної аудиторії в реальному часі, оперативна комунікація
Медіа-дипломатія	Співпраця з ЗМІ, прес-конференції, брифінги, інтерв'ю, контент для медіа	Формування об'єктивного образу держави у світових медіа, протидія дезінформації

Створено автором на основі джерел [8, 14, 15, 5]

Ефективність публічної дипломатії багато в чому визначається тим, наскільки злагоджено працюють різні інституції. МЗС тут традиційно відіграє роль координатора - він задає стратегічні пріоритети й узгоджує дії всіх учасників відповідно до національних інтересів у різних регіонах. Стратегія публічної дипломатії Міністерства закордонних справ України на 2021-2025 роки визначає ключові напрями діяльності, включаючи просування позитивного іміджу України, протидію дезінформації та зміцнення культурної присутності держави у світі [2]. Документ окреслює конкретні цілі, завдання та механізми реалізації публічної дипломатії в контексті зовнішньополітичних пріоритетів України, зокрема європейської та євроатлантичної інтеграції. Культурні інституції, зокрема Український інститут, відповідають за реалізацію проєктів культурної дипломатії та просування національної культурної спадщини за кордоном через організацію виставок, концертів, літературних вечорів та інших культурних заходів.

Звіти Українського інституту демонструють зростаючий інтерес міжнародної аудиторії до української культури, особливо після початку повномасштабної російської агресії, коли світ прагне краще зрозуміти історію та ідентичність українського народу [3]. Інституція реалізує численні культурні проєкти у різних країнах світу, сприяючи формуванню сучасного образу України як європейської культурної держави з багатою історичною спадщиною. Вищі навчальні заклади беруть участь в освітній дипломатії через програми обмінів, залучення іноземних студентів, створення спільних освітніх програм з закордонними університетами та проведення міжнародних наукових конференцій. Громадські організації та представники творчих спільнот є важливими акторами публічної дипломатії, привносячи автентичність та різноманітність у комунікацію з міжнародною аудиторією через неформальні канали взаємодії. Синергія між державними та недержавними акторами дозволяє створити багатовимірний образ держави та забезпечити більшу довіру до публічних меседжів, оскільки недержавні актори часто сприймаються як більш об'єктивні джерела інформації.

Сьогодні публічна дипломатія стикається з принципово новими викликами. Дезінформація, фейки та маніпулятивні наративи стали повноцінною зброєю у

руках недружніх акторів. Відповідати на ці загрози простими спростуваннями вже недостатньо, потрібні системні спроможності стратегічних комунікацій, які дозволяють випереджати атаки замість того, щоб реагувати на них.

Оксана Коломієць досліджує публічну дипломатію як інструмент протидії дезінформації, підкреслюючи важливість розробки комплексної системи моніторингу інформаційного простору та швидкого спростування неправдивої інформації через різні канали комунікації [11]. Дослідниця аналізує досвід України у протидії російській дезінформації, виокремлюючи ефективні практики та проблемні аспекти, що потребують вдосконалення для підвищення результативності комунікаційної стратегії держави. Фрагментація медіа-простору та персоналізація інформаційного споживання ускладнюють охоплення цільових аудиторій та вимагають диференційованого підходу до комунікації з різними групами населення відповідно до їх інформаційних уподобань та каналів отримання інформації.

Зростання ролі соціальних мереж створює як нові можливості для прямої комунікації з міжнародною аудиторією у режимі реального часу, так і ризики втрати контролю над наративом через вірусне поширення негативного або маніпулятивного контенту, що може швидко сформувати негативне сприйняття держави. Глобальна конкуренція за вплив у інформаційному просторі потребує значних фінансових ресурсів та професійних кадрів для ефективної реалізації публічної дипломатії на рівні провідних світових держав, які інвестують мільярди доларів у просування свого іміджу. Успішна публічна дипломатія базується на автентичності та узгодженості між заявами і діями держави, оскільки будь-яка невідповідність між комунікацією та реальністю швидко виявляється міжнародною спільнотою та підриває довіру до країни. Ліна Чупрій підкреслює важливість публічної дипломатії як інструменту м'якої сили України в умовах гібридної війни, зазначаючи необхідність системної роботи над покращенням внутрішньої політики паралельно з комунікаційними зусиллями [10]. Інвестиції у розвиток спроможностей публічної дипломатії, включаючи підготовку професійних кадрів, розбудову цифрової інфраструктури та створення якісного

контенту різними мовами, виступають стратегічним пріоритетом для держав, які прагнуть зміцнити свої позиції у глобальному інформаційному просторі.

1.2. Поняття та складові міжнародного іміджу держави

Міжнародний імідж держави є складним конструктом, у якому переплітаються реальні характеристики країни та суб'єктивні уявлення світової спільноти, що формуються під впливом медіа, особистого досвіду та геополітичного контексту. У сучасних умовах глобальної конкуренції за інвестиції, кваліфіковані кадри та політичний вплив позитивний імідж виступає як стратегічний актив. При цьому слід пам'ятати, що жодна PR-кампанія не здатна замінити реальні зміни у внутрішній та зовнішній політиці. Образ держави формується роками і може швидко змінюватися як у бік покращення, так і навпаки.

Науковці трактують міжнародний імідж держави по-різному, що цілком зрозуміло, оскільки явище є справді багатогранним. Підходи відрізняються залежно від методологічної традиції та дисциплінарного контексту, чи то теорія міжнародних відносин, комунікативістика, чи державне управління. Міжнародний імідж характеризується як цілеспрямовано сформований образ держави, що базується на об'єктивних характеристиках та суб'єктивних уявленнях і впливає на ставлення міжнародної спільноти до країни у різних сферах взаємодії, політичній та економічній [16]. Дослідниця наголошує на проблемах формування та просування міжнародного іміджу України, зокрема на необхідності подолання негативних стереотипів радянського минулого та створення сучасного образу європейської демократичної держави з власною ідентичністю. Богдан Гуменюк визначає державний імідж як емоційно забарвлений образ, що формується у свідомості внутрішньої та зовнішньої громадськості на основі сприйняття різних аспектів діяльності держави, включаючи політичні рішення, економічні показники та культурні досягнення [17]. Дослідник підкреслює важливість іміджмейкерства у державному управлінні

як систематичної діяльності з формування та підтримки позитивного образу країни.

Стратегічний вимір іміджу підкреслюється через його формування як напрям державної політики, спрямований на створення позитивного сприйняття країни та досягнення довгострокових національних цілей і підвищення її міжнародної конкурентоспроможності [18]. Динамічний характер іміджу держави підкреслюється як сукупність емоційних та раціональних уявлень, що постійно трансформуються під впливом внутрішніх факторів розвитку країни та зовнішніх факторів міжнародного середовища [19]. Дослідник аналізує теоретичні аспекти та сучасний стан міжнародного іміджу України, відзначаючи складність процесу його формування в контексті геополітичних викликів та необхідності конкуренції з потужними інформаційними кампаніями інших держав.

Інна Пашковська розглядає міжнародний імідж як стратегічний напрям зовнішньої політики, що передбачає комплексну роботу з формування привабливого образу держави на світовій арені через координацію дипломатичних, інформаційних, культурних та економічних ініціатив [20]. Синтез представлених підходів формує цілісне розуміння міжнародного іміджу як комплексного явища, що поєднує реальні характеристики держави, їх сприйняття різними цільовими аудиторіями та комунікаційні зусилля з просування бажаного образу країни.

Структура міжнародного іміджу держави охоплює кілька взаємопов'язаних компонентів, які в сукупності формують цілісне сприйняття країни міжнародною спільнотою та визначають її репутацію на світовій арені у різних вимірах міжнародної взаємодії. Для кращого розуміння складної природи міжнародного іміджу держави доцільно розглянути його структуру через призму основних складових та компонентів, що формують загальне сприйняття країни різними цільовими аудиторіями. Аналіз структури іміджу дає змогу виявити ключові елементи, на які необхідно звертати увагу при розробці стратегії формування та просування позитивного образу держави на міжнародній арені.

Водночас розуміння взаємозв'язків між різними компонентами іміджу допомагає уникнути фрагментарного підходу та забезпечити цілісність комунікаційної стратегії держави. Візуалізація структури міжнародного іміджу держави представлена на рисунку, який демонструє основні складові та їх компоненти у їх взаємозв'язку та ієрархії.



Рисунок 1.1. Структура міжнародного іміджу держави

Створено автором на основі джерел [16, 19, 18]

Політична складова іміджу визначається характером політичної системи, рівнем демократії, дотриманням прав людини, ефективністю державного управління, боротьбою з корупцією та позицією держави у міжнародних відносинах, включаючи участь у міжнародних організаціях та регіональних інтеграційних процесах. Економічна компонента включає показники економічного розвитку, інвестиційну привабливість, інноваційний потенціал, якість бізнес-середовища, конкурентоспроможність національної економіки та здатність держави забезпечувати економічне зростання і добробут населення у довгостроковій перспективі. Формування іміджу України у світовому економічному просторі розглядається через специфіку інформаційного забезпечення органів державної влади в контексті впровадження електронного урядування, що сприяє підвищенню прозорості, ефективності управління та інвестиційної привабливості країни [25].

Соціальна компонента відображає рівень життя населення, якість освіти та охорони здоров'я, розвиток громадянського суспільства, соціальну згуртованість, рівень безпеки та захищеності громадян, а також здатність держави забезпечувати соціальну справедливість і рівні можливості для всіх верств населення. Історична складова базується на минулому держави, національних міфах, символах та колективній пам'яті, що впливають на сучасне сприйняття країни і формують основу для національної ідентичності та її міжнародного визнання в контексті глобальної історії. Комунікативна компонента визначається ефективністю публічної дипломатії, присутністю держави у міжнародному інформаційному просторі, здатністю артикулювати національні інтереси та цінності, а також оперативністю реагування на інформаційні виклики та кризові ситуації. Леонід Губерський, Віктор Андрущенко та Микола Михальченко у своєму методолого-світоглядному аналізі взаємозв'язку культури, ідеології та особистості підкреслюють важливість культурного виміру у формуванні національної ідентичності та міжнародного іміджу держави [21]. Взаємодія всіх компонентів структури міжнародного іміджу створює синергетичний ефект, коли позитивні зміни в одній сфері підсилюють позитивне сприйняття держави загалом.

Процес формування міжнародного іміджу держави відбувається через взаємодію різних каналів та джерел інформації, що створюють багатоварову структуру сприйняття і визначають специфіку іміджу для різних цільових аудиторій у різних регіонах світу. Офіційні канали комунікації включають дипломатичну діяльність посольств і консульств, виступи політичних лідерів на міжнародних форумах, урядові заяви та прес-релізи, офіційні державні медіа, що транслиують позицію держави з ключових питань міжнародної політики та національного розвитку. У підручнику з дипломатичного протоколу та етикету підкреслюється важливість дотримання міжнародних норм і традицій у офіційних комунікаціях для формування образу цивілізованої та поважної держави, яка розуміє правила міжнародної взаємодії [22]. Неофіційні канали охоплюють діяльність громадянського суспільства, недержавових організацій, бізнес-структур, культурних діячів, спортсменів, науковців та діаспори, які формують

альтернативні образи держави через особисті контакти, професійні мережі та громадські ініціативи на міжнародному рівні. Медійне висвітлення у міжнародних засобах масової інформації значною мірою визначає масове сприйняття держави, оскільки більшість людей формує уявлення про країну саме через новини, аналітичні матеріали, документальні фільми та журналістські розслідування у провідних світових медіа.

Олександр Курбан досліджує феномен інформаційних війн у соціальних мережах, підкреслюючи зростаючу роль цифрових платформ у формуванні громадської думки та можливості маніпулювання інформацією для створення негативного або спотвореного іміджу держави через координовані інформаційні кампанії [23]. Дослідник аналізує технології та методи інформаційних війн, що використовуються для дискредитації держав у цифровому просторі, та пропонує стратегії протидії таким загрозам. Цифрові платформи та соціальні мережі створюють нові можливості для формування іміджу через пряму комунікацію з міжнародною аудиторією, вірусне поширення контенту, залучення інфлюенсерів та блогерів до просування національних наративів, а також через створення онлайн-спільнот навколо культурних, політичних чи соціальних тем, пов'язаних з державою. Особистий досвід взаємодії з представниками держави, туристичні поїздки, ділові контакти, участь в академічних обмінах та міжнародних проєктах формують найбільш стійкі та глибокі враження про країну, оскільки базуються на безпосередньому спілкуванні та спостереженні реального життя у державі. Синтез інформації з різних джерел створює комплексний образ держави, де кожен канал вносить свій специфічний внесок у загальне сприйняття, формуючи багатогранну картину.

Вимірювання міжнародного іміджу держави становить складне методологічне завдання через його багатовимірність, суб'єктивний характер сприйняття та відмінності у пріоритетах різних цільових аудиторій при оцінці привабливості країни в контексті їх власних інтересів. Міжнародні рейтинги та індекси, зокрема Global Soft Power Index, The Soft Power 30, Country Brand Index, Nation Brands Index, надають кількісні показники привабливості та впливовості

держав на основі опитувань експертів та представників громадськості з різних країн світу щодо різних аспектів репутації держави. Дані рейтинги оцінюють такі параметри як політичний вплив, культурна привабливість, якість управління, дипломатична активність, інноваційний потенціал, якість життя населення та здатність держави формувати позитивні асоціації у міжнародній свідомості через різні канали впливу. Контент-аналіз міжнародних медіа дає змогу відстежити тональність висвітлення держави у світових засобах масової інформації, обсяг згадувань країни у новинах, домінуючі теми і наративи, що асоціюються з державою, а також виявити негативні стереотипи чи упередження, що потребують корекції через цілеспрямовані комунікаційні кампанії. Моніторинг соціальних мереж та аналіз великих даних забезпечують розуміння у реальному часі настроїв міжнародної аудиторії, дискусій навколо держави у цифровому просторі, вірусних трендів і меседжів.

Соціологічні опитування громадської думки у різних країнах розкривають ставлення населення до держави, рівень обізнаності про країну, асоціації та стереотипи, пов'язані з нею, а також готовність до різних форм взаємодії, включаючи туризм та економічне партнерство на рівні індивідуальних споживчих рішень. Експертні оцінки та якісні дослідження поглиблюють розуміння специфічних аспектів іміджу держави у різних регіонах світу та серед різних цільових аудиторій, включаючи політичні еліти, бізнес-спільноту, академічні кола, представників культури та мистецтва, які формують думку широких мас і приймають рішення щодо співпраці з країною. BRAND UKRAINE регулярно публікує звіти про сприйняття України у світі, аналізуючи динаміку зміни іміджу країни під впливом внутрішніх реформ та зовнішніх подій, зокрема російської агресії, що парадоксально підвищила міжнародну увагу та солідарність з Україною [4]. Організація проводить систематичний моніторинг іміджу України у різних регіонах світу та розробляє рекомендації щодо його покращення через конкретні комунікаційні та політичні ініціативи. Комплексне використання різних методів вимірювання дає змогу отримати об'ємну картину міжнародного іміджу держави, відстежувати динаміку його змін у часі та просторі.

Управляти міжнародним іміджем це не те саме, що вести рекламну кампанію. Тут потрібна системна робота, яка поєднує реальні реформи всередині країни із зовнішніми комунікаційними зусиллями. Лише тоді образ стає автентичним і переконливим. Одним із практичних інструментів цієї роботи є брендинг території: держава розробляє унікальну ідентичність, ключові меседжі та візуальні символи, через які послідовно комунікує зі світом. Брендинг території розглядається як інструмент публічної дипломатії, при цьому підкреслюється важливість створення цілісного бренду країни, що відображає її унікальні характеристики, конкурентні переваги та цінності, які резонують із пріоритетами міжнародної спільноти у сучасному світі [24].

Адаптивність стратегії до змін у міжнародному контексті, оперативне реагування на репутаційні кризи та здатність перетворювати виклики на можливості для посилення позитивного іміджу є критично важливими для підтримки та розвитку міжнародної репутації держави у турбулентному глобальному середовищі, що характеризується швидкими змінами. Інвестиції у розвиток внутрішнього потенціалу держави, покращення якості життя громадян, розбудову демократичних інституцій, зміцнення верховенства права та підвищення економічної конкурентоспроможності створюють міцний фундамент для формування сприятливого міжнародного іміджу, який не може бути замінений або компенсований виключно комунікаційними кампаніями без реальних досягнень і позитивних змін у країні. Важливість системного підходу до формування міжнародного іміджу полягає у необхідності узгодження дій різних гілок влади, недержавних акторів та громадянського суспільства у просуванні позитивного образу держави на міжнародній арені через різноманітні канали впливу. Довгострокова перспектива формування іміджу вимагає послідовної роботи протягом багатьох років, оскільки зміна сталих уявлень про країну у міжнародній свідомості потребує часу та систематичних зусиль з демонстрації позитивних змін.

Висновки до розділу 1

Теоретичний аналіз першого розділу дозволяє зробити кілька ключових висновків. Публічна дипломатія є одним із найважливіших інструментів формування міжнародного іміджу - особливо в умовах, коли глобальний інформаційний простір став полем справжньої боротьби за суспільну думку. Вона будується на концепції «м'якої сили» і реалізується через культурну, освітню, цифрову, медіа- та діаспоральну дипломатію. Міжнародний імідж держави є складною комбінацією політичних, економічних, культурних і соціальних складових, де важливі й реальні досягнення країни, й те, як вона себе подає світові.

Аналіз публічної дипломатії України підтвердив її суттєву трансформацію після 2014 року та особливо після початку повномасштабної агресії РФ. Було розширено інституційне забезпечення, активізовано діяльність Міністерства закордонних справ, Українського інституту, ініціатив бренду України та цифрових платформ. Україна продемонструвала високу ефективність цифрової та медіа-дипломатії, зумівши сформувати стійку міжнародну підтримку, посилити солідарність партнерів та закріпити образ держави як форпосту боротьби за демократичні цінності.

Перспективи розвитку публічної дипломатії України пов'язані з удосконаленням стратегічного планування, посиленням брендингу держави, інвестиціями у культурні та освітні проєкти, розширенням співпраці з діаспорою та системним моніторингом міжнародного іміджу. Ефективна публічна дипломатія має ґрунтуватися на принципах автентичності, послідовності та довгостроковості, поєднуючи комунікаційні інструменти з реальними внутрішніми трансформаціями. Відтак, публічна дипломатія є стратегічним ресурсом зміцнення міжнародних позицій України та важливим чинником формування її позитивного й стійкого образу у світовому просторі.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ УКРАЇНИ ТА ЇЇ ВПЛИВУ НА МІЖНАРОДНИЙ ІМІДЖ ДЕРЖАВИ

2.1. Основні напрями та інституційне забезпечення публічної дипломатії України

Українська модель публічної дипломатії формувалася протягом останніх трьох десятиліть незалежності, проте найбільш динамічний розвиток отримала після 2014 року в контексті протидії російській агресії та потреби мобілізації міжнародної підтримки [1]. Стратегічні документи держави чітко визначають публічну дипломатію як пріоритетний напрям зовнішньої політики, спрямований на формування об'єктивного образу України у світі, залучення міжнародних партнерів та протидію інформаційним загрозам національній безпеці. Стратегія публічної дипломатії МЗС на 2021-2025 роки окреслює конкретні завдання щодо посилення присутності України у глобальному інформаційному просторі, розширення культурної дипломатії та ефективної взаємодії з ключовими цільовими аудиторіями у різних регіонах світу [2]. Повномасштабна війна 2022 року актуалізувала всі аспекти публічної дипломатії, перетворивши її на критичний інструмент виживання держави через мобілізацію безпрецедентної міжнародної солідарності. Сьогодні український досвід публічної дипломатії в умовах війни активно вивчається іншими державами як приклад ефективної комунікаційної стратегії в екстремальних обставинах.

Інституційна архітектура публічної дипломатії України характеризується мережевою структурою, де Міністерство закордонних справ виконує функцію стратегічного координатора, забезпечуючи узгодженість дій всіх учасників процесу [26]. Департамент публічної дипломатії МЗС розробляє щорічні плани комунікаційних кампаній для пріоритетних країн та регіонів, визначає ключові наративи відповідно до поточних зовнішньополітичних завдань та координує роботу дипломатичних представництв у напрямку просування національних інтересів через публічні канали.

Мережа з понад 80 посольств і консульств України у різних країнах світу функціонує як передові форпости публічної дипломатії, що безпосередньо взаємодіють з місцевими спільнотами, організовують культурні заходи та забезпечують оперативне реагування на інформаційні виклики у регіонах присутності. Дипломатичні місії активно використовують соціальні мережі для прямого діалогу з іноземною аудиторією, публікують контент місцевими мовами та залучають локальних інфлюенсерів до поширення інформації про Україну серед молодіжної аудиторії. Координаційна рада з питань публічної дипломатії при МЗС забезпечує міжвідомчу узгодженість дій, регулярно збираючи представників ключових міністерств та відомств для синхронізації комунікаційних зусиль держави.

Український інститут займає центральне місце у системі культурної дипломатії, реалізуючи понад 50 проєктів щорічно у різних куточках світу та представляючи сучасну українську культуру на найпрестижніших міжнародних майданчиках [3]. Інституція працює за принципом проєктного підходу, коли кожна ініціатива має чітко визначені цілі, цільову аудиторію та вимірювані індикатори успіху, що дає змогу оцінювати ефективність вкладених ресурсів та коригувати стратегію відповідно до результатів моніторингу.

Програма грантової підтримки Українського інституту надає фінансування незалежним культурним проєктам українських митців за кордоном, стимулюючи низову культурну активність та формуючи децентралізовану мережу культурних агентів України у світі. Репрезентаційні офіси Українського інституту у ключових культурних столицях світу - Варшаві, Берліні, Лондоні, Києві - функціонують як майданчики для проведення культурних заходів, організації виставок та координації співпраці з місцевими культурними інституціями для просування української культури. Після 2022 року акценти культурної дипломатії змістилися у бік демонстрації стійкості української культури, документування російських злочинів проти культурної спадщини та мобілізації міжнародної культурної спільноти на захист українських цінностей.

Міністерство культури та інформаційної політики формує загальну рамку державної політики у сфері культури та інформації, визначаючи пріоритети підтримки культурних ініціатив та забезпечуючи фінансування ключових напрямів культурної дипломатії через бюджетні програми [27].

МКІП координує роботу національних культурних інституцій - театрів, музеїв, бібліотек, філармоній - у напрямку розширення їхньої міжнародної діяльності через гастролі, обміни, спільні проєкти з іноземними партнерами та участь у міжнародних культурних мережах і асоціаціях. Департамент стратегічних комунікацій МКІП забезпечує протидію дезінформації у медіа-просторі, координує роботу з українськими та міжнародними журналістами, організовує прес-тури для іноземних медіа в Україну та підтримує створення якісного контенту про Україну різними мовами.

Інформаційна політика держави зосереджена на забезпеченні плюралізму медіа-ландшафту, підтримці незалежної журналістики та розвитку цифрових комунікаційних платформ для ефективного донесення української позиції до міжнародної аудиторії через різноманітні канали поширення інформації. Реформа державних медіа, трансформація їх у суспільне мовлення та розвиток міжнародного мовлення Суспільного створюють інфраструктуру для системної комунікації з іноземною аудиторією через професійний контент високої якості.

Міністерство освіти і науки реалізує освітню дипломатію через систему програм академічної мобільності, що передбачають залучення іноземних студентів до навчання в українських університетах та направлення українських студентів на навчання за кордон [28]. Стипендіальні програми уряду України для іноземних громадян з країн-партнерів надають можливість здобути повноцінну вищу освіту в Україні безкоштовно, що формує довгострокові зв'язки з випускниками та створює мережу лояльних амбасадорів України у різних країнах світу. Програма Еразмус+ забезпечує академічну мобільність між українськими та європейськими університетами, сприяючи інтеграції української вищої освіти у європейський освітній простір та обміну досвідом між академічними спільнотами для взаємного збагачення. Міжнародна наукова співпраця реалізується через

спільні дослідницькі проєкти, участь українських науковців у міжнародних конференціях, публікації у престижних наукових журналах та створення міжнародних дослідницьких консорціумів для вирішення глобальних викликів сучасності. Українські наукові установи активно співпрацюють з провідними науковими центрами світу, демонструючи високий рівень української науки та долучаючись до вирішення актуальних проблем людства у сферах медицини, штучного інтелекту.

Для систематизації інформації про інституційну структуру публічної дипломатії України доцільно проаналізувати ключові характеристики основних державних інституцій, що відповідають за реалізацію різних напрямів комунікаційної стратегії держави на міжнародній арені станом на 2024-2026 роки.

Таблиця 2.1
Порівняльна характеристика інституцій публічної дипломатії України (2024-2026)

Інституція	Ключові функції	Географія діяльності	Бюджет (млн грн, 2024–2025)
МЗС України	Координація публічної дипломатії, стратегічне планування, дипломатичні місії	Глобальна (87+ посольств)	≈520
Український інститут	Культурна дипломатія, підтримка митців, міжнародні проєкти	ЄС, США, Канада, Азія	≈350
МКІП	Інформаційна політика, протидія дезінформації, стратегічні комунікації	Національний + міжнародна координація	≈1 150
МОН України	Освітня дипломатія, академічна мобільність, наукова співпраця	ЄС, США (Еразмус+, Фулбрайт)	≈420 (програми обмінів)
Офіс Президента	Стратегічні комунікації, цифрова дипломатія, антикризові комунікації	Глобальна (соцмережі, медіа)	Інтегровано
Місцеві органи влади	Міжнародне співробітництво, побратимські зв'язки, інвестиційна привабливість	Регіональний рівень	Децентралізовано

Створено автором на основі джерел [1, 2, 3, 26, 27, 28]

Представлені дані свідчать про зростання фінансування публічної дипломатії України у 2024-2025 роках порівняно з довоєнним періодом, що відображає усвідомлення державою критичної важливості комунікаційної складової для забезпечення національної безпеки та міжнародної підтримки. Найбільший бюджет має МКІП, що пояснюється широким спектром завдань з протидії дезінформації та координації стратегічних комунікацій, тоді як спеціалізовані інституції зосереджуються на конкретних напрямках публічної дипломатії.

Офіс Президента України відіграє унікальну роль у публічній дипломатії через пряму комунікацію глави держави з міжнародною аудиторією, що забезпечує найвищий рівень уваги світових медіа та політичних еліт [29]. Щоденні відеозвернення Президента під час війни стали феноменом сучасної дипломатії, демонструючи можливості цифрових технологій для підтримки морального духу нації та інформування світу про події в режимі реального часу з першоджерела.

Виступи українського лідера через відеозв'язок у парламентах понад 40 країн світу, на засіданнях міжнародних організацій, провідних університетах та громадських форумах забезпечили безпрецедентну увагу до українського питання і сформували персоніфікований образ боротьби за демократичні цінності. Стратегічні комунікації Офісу Президента координують роботу всіх гілок влади у напрямку формування єдиних меседжів, оперативного реагування на інформаційні виклики та забезпечення узгодженості публічних заяв представників держави на міжнародній арені.

Недержавні актори суттєво розширюють спроможності української публічної дипломатії, привносячи автентичність, креативність та оперативність у комунікацію з міжнародними аудиторіями через неформальні канали взаємодії [30]. Громадські організації, що працюють у сферах прав людини, демократизації, антикорупції та євроінтеграції, ефективно взаємодіють з міжнародними партнерськими організаціями, лобіюють проукраїнські рішення у міжнародних інституціях та формують образ активного громадянського суспільства України. Українські медіа розвивають міжнародне мовлення англійською та іншими мовами, створюють спеціалізований контент для іноземної аудиторії, співпрацюють з міжнародними журналістами та забезпечують альтернативне висвітлення подій порівняно з російською пропагандою.

Представники творчих індустрій, письменники, музиканти, художники, режисери, фотографи, є культурними амбасадорами України через свою творчість, що отримує визнання на міжнародних фестивалях, у престижних галереях та культурних центрах світу. Український бізнес просуває образ країни

як привабливого економічного партнера через участь у міжнародних економічних форумах, демонстрацію успішних стартапів у технологічному секторі та залучення іноземних інвестицій у перспективні галузі української економіки, ІТ, агросектору.

Для оцінки фінансового забезпечення інструментів публічної дипломатії України доцільно проаналізувати структуру та обсяги основних джерел фінансування у 2023-2026 роках (див. табл. 2.2). Дає змогу визначити рівень залежності бюджетних асигнувань, масштаб залучення міжнародної допомоги та роль недержавного сектору у формуванні позитивного міжнародного іміджу держави.

Таблиця 2.2

Джерела фінансування публічної дипломатії України (2023-2026)

Джерело фінансування	Обсяг (млн грн)	Частка (%)	Основні напрями використання
Державний бюджет	≈2 850	56%	Утримання дипмісій, зарплати, базове функціонування
Міжнародна технічна допомога	≈1 480	29%	Проекти протидії дезінформації, медіаграмотність, цифрові платформи
Гранти міжнародних організацій	≈520	10%	Культурні проекти, освітні програми, наукова співпраця
Приватні донори та фонди	≈180	4%	Ініціативи громадянського суспільства, стартапи публічної дипломатії
Краудфандинг (UNITED24 тощо)	≈70	1%	Цільові проекти, інформаційні кампанії, культурні ініціативи

Створено автором на основі джерел [27, 29, 31]

Аналіз структури фінансування демонструє, що державний бюджет залишається основним джерелом підтримки публічної дипломатії, проте майже половина ресурсів надходить з альтернативних джерел, зокрема міжнародної технічної допомоги та грантів. Зростання частки міжнародного фінансування у 2023-2026 роках відображає підвищену увагу західних партнерів до підтримки українських комунікаційних спроможностей в умовах протистояння російській інформаційній агресії.

З метою узагальнення організаційних та функціональних елементів реалізації зовнішньокommunікаційної діяльності держави доцільно представити структурно-функціональну модель публічної дипломатії України (див. рис. 2.1),

яка відображає взаємозв'язки між ключовими суб'єктами, інструментами та напрямками впливу на міжнародну аудиторію.

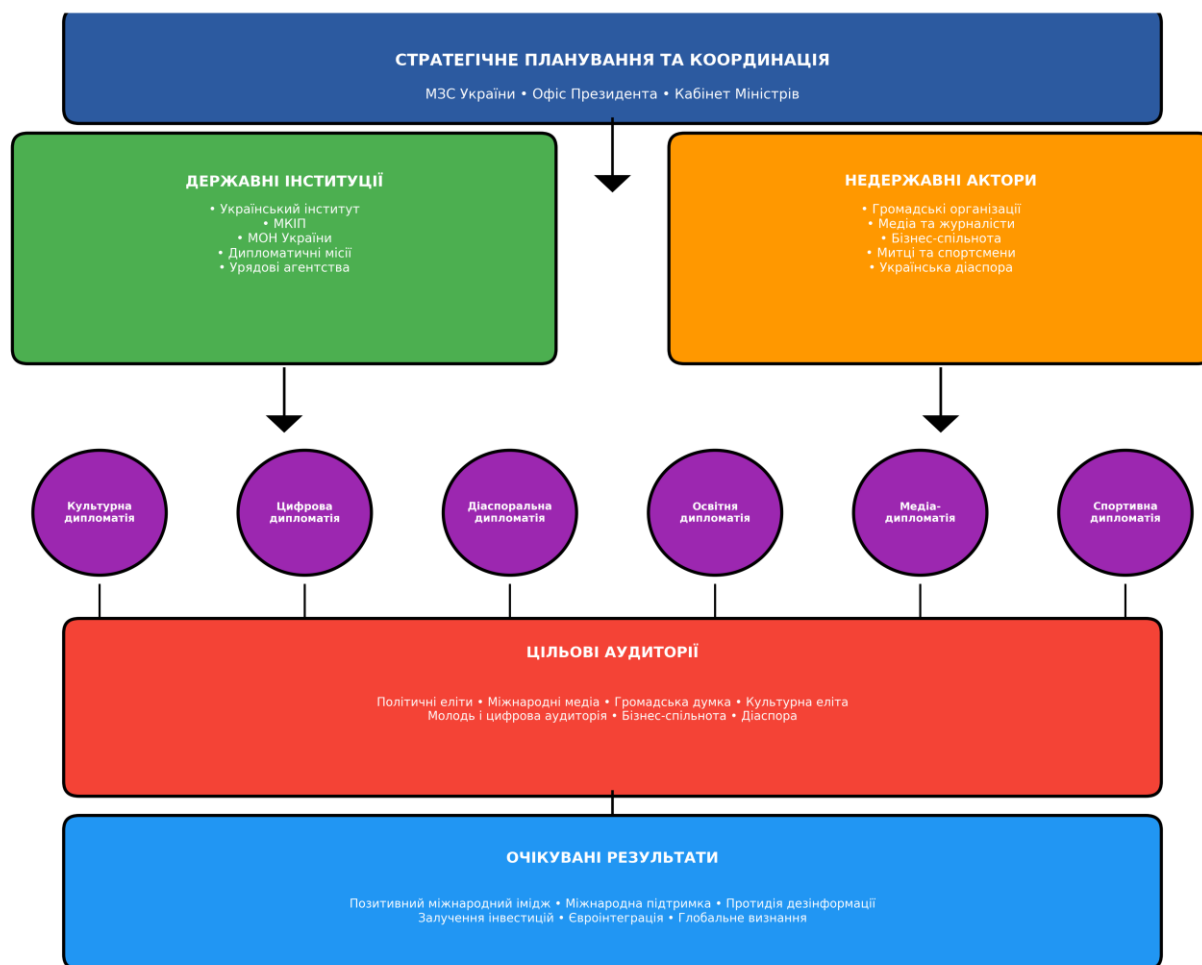


Рис. 2.1. Структурно-функціональна модель публічної дипломатії України

Створено автором на основі джерел [1, 2, 3, 26, 30, 27, 28, 29]

Представлена структурно-функціональна модель ілюструє комплексний характер української публічної дипломатії, де ефективна взаємодія між державними інституціями та недержавними акторами створює синергетичний ефект у просуванні національних інтересів на міжнародній арені через різноманітні канали комунікації з цільовими аудиторіями.

2.2 Основні практики публічної дипломатії України у сфері культури, цифрових технологій та взаємодії з діаспорою

Культурна дипломатія України переживає справжній ренесанс після 2022 року, коли світ почав активно цікавитися українською культурою як ключем до розуміння мотивації українського народу у боротьбі за незалежність [32].

Виставкові проєкти у провідних світових музеях демонструють історичну спадщину України та сучасне українське мистецтво, що руйнує стереотип про країну як виключно аграрну державу без розвиненої урбаністичної культури та творчих індустрій.

Проєкт Ukrainian Emergency Art Fund підтримує евакуацію українських культурних цінностей з окупованих територій та зон активних бойових дій, організовує виставки врятованих творів у світових музеях та документує російські злочини проти культурної спадщини України для міжнародних трибуналів. Участь українських павільйонів у Венеційській бієнале, документальних фестивалів Берлінале та Каннах, книжкових ярмарках у Франкфурті та Лондоні забезпечує системну присутність української культури у ключових точках світового культурного календаря. Культурні проєкти свідомо позиціонують Україну як європейську націю з багатовіковою історією, власною мовою, літературою та мистецтвом, що протистоїть російським наративам про штучність української ідентичності та належність України до російського культурного простору.

Український кінематограф здобуває міжнародне визнання через потужні драматичні та документальні стрічки про війну, історичні травми та боротьбу за свободу, що викликають емоційний відгук глобальної аудиторії [33]. Документальний фільм «20 Days in Mariupol» отримав премію «Оскар» за найкращий документальний фільм 2024 року, привернувши увагу мільйонів глядачів до трагедії облоги Маріуполя та російських військових злочинів проти цивільного населення України. Ігрові фільми українських режисерів отримують призи на престижних міжнародних кінофестивалях, демонструючи високий художній рівень національного кінематографу та здатність українських митців створювати універсальні історії, що резонують з аудиторією незалежно від культурного контексту. Міжнародні копродукційні угоди дозволяють українським фільмам отримувати більші бюджети та доступ до глобальної дистрибуції через партнерство з провідними світовими кіностудіями та стрімінговими платформами Netflix до HBO. Кінофестивалі українського кіно організовуються у

різних країнах світу за ініціативи дипломатичних місій, культурних центрів та місцевих українських громад, знайомлячи іноземну аудиторію з розмаїттям українського кінематографу, класики та сучасності.

Цифрова дипломатія України визнається міжнародними експертами як один з найефективніших прикладів використання цифрових технологій для досягнення зовнішньополітичних цілей в умовах екзистенційної загрози [15]. Соціальні мережі перетворилися на головний канал комунікації української влади з міжнародною аудиторією, забезпечуючи миттєве поширення інформації та можливість прямого діалогу з громадянами різних країн світу без посередників традиційних медіа. Аналітика показує, що контент українських офіційних акаунтів у соціальних мережах генерує мільярди переглядів та взаємодій щомісячно, що перевищує показники багатьох значно більших та економічно потужніших держав у глобальному цифровому просторі [34]. Стратегія контенту диференціюється залежно від платформи та регіональної специфіки аудиторії, при цьому для західної аудиторії акцент робиться на темі боротьби за демократичні цінності, а для країн Глобального Півдня на темі продовольчої безпеки та українського зернового експорту. Відеоформати домінують у контент-стратегії, оскільки забезпечують найвищий рівень залучення аудиторії через емоційний вплив візуальних образів та можливість демонстрації реальних подій без текстового посередництва.

Платформа UNITED24 стала інноваційним інструментом залучення глобальної спільноти до підтримки України через прозору систему збору коштів на критичні потреби держави у трьох напрямках [31]. Медична допомога, оборонна інфраструктура та відбудова країни фінансуються через платформу завдяки внескам десятків тисяч людей з понад 110 країн світу, що показує можливості краудфандингу для державних цілей у XXI столітті. Амбасадори UNITED24 - світові зірки кіно, музики, спорту - використовують свій вплив та аудиторію для промоції платформи, залучаючи до підтримки України своїх фанатів та підписників у соціальних мережах через емоційні заклики та особистий приклад допомоги. Транспарентність використання коштів забезпечується через регулярні

звіти про реалізовані проєкти, фото та відео з місць передачі обладнання, що формує довіру донорів та стимулює повторні внески у підтримку критичних потреб України. Успіх UNITED24 показує потенціал цифрових технологій для трансформації традиційної дипломатичної практики, коли держава може мобілізувати пряму підтримку громадянам інших країн, минаючи складні міждержавні процедури та бюрократичні процеси міжнародної допомоги.

З метою оцінки результативності застосування ключових інструментів культурної та цифрової дипломатії України у 2022–2026 роках доцільно проаналізувати їх охоплення, інтенсивність реалізації та рівень впливу на цільові аудиторії (див. табл. 2.3). Такий підхід дає змогу визначити найбільш ефективні канали міжнародної комунікації та окреслити напрями подальшого посилення публічної дипломатії.

Таблиця 2.3

Ефективність інструментів культурної та цифрової дипломатії України (2022–2026)

Інструмент	Охоплення (млн)	Проєктів (2022-2025)	Цільова аудиторія	Рівень впливу
Соціальні мережі (офіційні)	3 200+	Щоденний контент	Глобальна цифрова аудиторія	Дуже високий
Культурні виставки	18–25	58+ щорічно	Культурна еліта, музейні відвідувачі	Високий
Кінофестивалі	65–95	145+ участей	Кіноспільнота, широка публіка	Високий
Літературні презентації	7–14	95+ щорічно	Інтелектуальна еліта, читачі	Середній
UNITED24	Глобальне (110+ країн)	1 платформа	Донори з різних країн	Дуже високий
Музичні тури	12–18	42+ щорічно	Меломани, широка публіка	Середній
Онлайн-платформи (Ukraine.ua)	150+	Постійна присутність	Іноземці, зацікавлені в Україні	Високий

Створено автором на основі джерел [15, 32, 33, 31, 38, 34]

Дані таблиці підтверджують домінування цифрових інструментів публічної дипломатії у охопленні міжнародної аудиторії, зокрема соціальних мереж з охопленням понад 3,2 мільярда людей у 2022-2025 роках. Водночас традиційні інструменти культурної дипломатії демонструють високу ефективність у роботі з цільовими елітними групами, що підтверджує необхідність збалансованого підходу та використання різноманітних каналів комунікації.

Для наочнішого відображення масштабів охоплення міжнародної аудиторії та динаміки ефективності інструментів публічної дипломатії України у 2019–2024

роках доцільно проаналізувати відповідні графічні матеріали (див. рис. 2.2), які ілюструють порівняльні показники за каналами комунікації та зміни рівня ефективності в часовому вимірі.

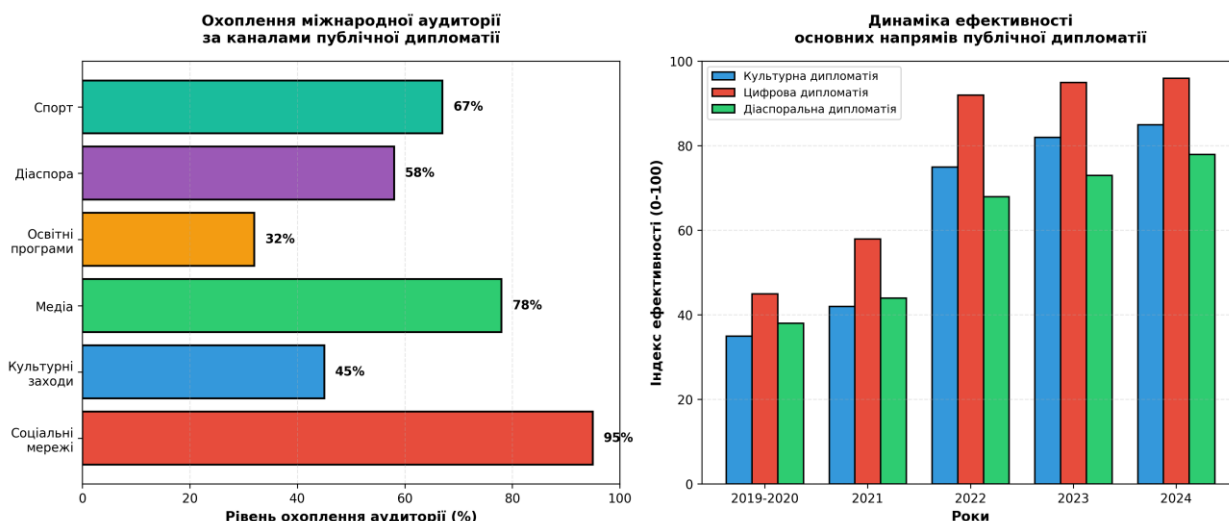


Рис. 2.2. Ефективність каналів публічної дипломатії України

Створено автором на основі джерел [15, 38, 34]

Графічний аналіз показує домінування цифрових каналів у охопленні міжнародної аудиторії з показником 95%, водночас традиційні інструменти культурної дипломатії зберігають високу ефективність у роботі з елітними цільовими групами, що підтверджує необхідність збалансованого підходу до вибору комунікаційних стратегій.

Українська діаспора численністю близько 7 мільйонів осіб у різних країнах світу становить стратегічний ресурс публічної дипломатії, функціонуючи як природні посли національних інтересів у країнах постійного проживання [5]. Північноамериканська діаспора, найбільш організована та ресурсна, активно лобіює проукраїнські рішення у Конгресі США та парламенті Канади, організовує масштабні акції підтримки України та збирає значні кошти на гуманітарну та військову допомогу для батьківщини. Європейська діаспора, значно збільшена після 2022 року внаслідок масової міграції українців, формує нові громади у країнах ЄС та активно інтегрується у місцеві суспільства, привносячи українську культуру та цінності у повсякденне життя європейських спільнот [35]. Координація роботи з діаспорою здійснюється через Державну міграційну службу

України, дипломатичні представництва та мережу громадських організацій українців за кордоном, що регулярно проводять з'їзди для узгодження позицій та планування спільних заходів. Молоде покоління діаспори, народжене або виховане у країнах проживання, володіє двома культурами та мовами, що робить його унікальними медіаторами між Україною та країнами проживання у процесі формування позитивного іміджу держави.

Освітня дипломатія реалізується через розширення програм академічної мобільності, що дозволяють українським студентам здобувати освіту за кордоном, а іноземним студентам – навчатися в Україні навіть в умовах війни [36]. Програма Еразмус+ забезпечила мобільність тисяч українських студентів до європейських університетів після 2022 року, коли ЄС надав Україні додаткові квоти та спрощені процедури для участі у програмі як форму підтримки української молоді. Стипендіальна програма уряду України для іноземних студентів продовжує функціонувати навіть під час війни, демонструючи відкритість країни до міжнародної академічної співпраці та довіру у безпеку більшості регіонів України для навчання іноземців. Українські університети розвивають англomовні програми для залучення іноземних студентів, адаптують навчальні плани до європейських стандартів та розбудовують міжнародні партнерства з провідними світовими університетами для спільних освітніх програм. Наукова співпраця українських дослідників з міжнародними колегами продовжується навіть в умовах війни через участь у міжнародних проектах, публікації у престижних журналах та використання цифрових технологій для проведення спільних досліджень без необхідності фізичної присутності.

Спортивна дипломатія України отримала потужний імпульс після початку повномасштабної війни, коли українські спортсмени стали символами незламності та мужності українського народу для міжнародної спільноти [37]. Олімпійські ігри 2024 року у Парижі стали платформою для демонстрації стійкості українського спорту, коли українські атлети здобули медалі в умовах війни, тренуючись у бомбосховищах та під звуки повітряних тривог у рідній країні. Міжнародні спортивні федерації підтримали Україну через санкції проти

російських та білоруських спортсменів, виключення їх з міжнародних змагань та солідарність з українськими атлетами у їхній боротьбі за право представляти країну на світовій арені.

Українські футбольні клуби продовжують участь у європейських турнірах, організовуючи домашні матчі за кордоном та демонструючи міжнародній футбольній спільноті можливість нормального функціонування спорту навіть в умовах війни. Спортсмени активно використовують соціальні мережі для інформування про ситуацію в Україні, заклику до підтримки країни та протидії російській пропаганді через свої величезні аудиторії фанатів у різних країнах світу, які довіряють своїм спортивним кумирам. Географічний розподіл та активність української діаспори у різних регіонах світу суттєво впливають на ефективність публічної дипломатії України, оскільки закордонні українські громади функціонують як природні канали поширення інформації про Україну та лобіювання національних інтересів у країнах проживання. Для оцінки географічної структури, організаційного потенціалу та рівня впливу українських громад за кордоном доцільно проаналізувати активність діаспори у ключових регіонах світу впродовж 2022-2026 років (див. табл. 2.4). У таблиці систематизовано дані щодо чисельності українців за кордоном, кількості організацій, основних форм діяльності та їх впливу на формування міжнародної підтримки України.

Таблиця 2.4

Активність української діаспори у країнах проживання (2022-2026)

Регіон	Чисельність діаспори (млн)	Організацій	Основні форми діяльності	Рівень впливу
Північна Америка (США, Канада)	2,5	420+	Лобіювання, збір коштів, культурні центри	Дуже високий
Західна Європа	2,0 + 3,8 (з 2022)	680+	Інтеграція, культурні заходи, медіа	Високий
Центрально-Східна Європа	1,3 + 1,8 (міграція)	580+	Культурна діяльність, освітні програми	Високий
Росія (скорочення)	0,4 (зменшилась)	~40	Обмежена діяльність, еміграція до ЄС	Низький
Латинська Америка	0,7	110+	Культурні центри, підтримка України	Середній
Азійсько-Тихоокеанський регіон	0,5	95+	Культурні ініціативи, бізнес-зв'язки	Середній

Створено автором на основі джерел [5, 35, 45]

Аналіз даних відображає суттєве зростання чисельності української діаспори у Західній та Центрально-Східній Європі після 2022 року внаслідок масової міграції, що створює нові можливості для публічної дипломатії через формування молодих активних громад. Північноамериканська діаспора залишається найбільш організованою та впливовою завдяки тривалим традиціям інституційного розвитку, наявності потужних громадських об'єднань та налагоджених механізмів взаємодії з органами влади країн проживання. Водночас європейська діаспора активно нарощує свій потенціал через створення нових організацій, розширення мережі культурних та освітніх ініціатив, а також інтеграцію у місцеві суспільно-політичні процеси.

Особливо важливим є посилення ролі діаспори як суб'єкта неформальної дипломатії: представники українських громад беруть участь у публічних заходах, інформаційних кампаніях, адвокаційній діяльності щодо підтримки України, санкційної політики та гуманітарної допомоги. Зростає значення цифрової активності діаспори використання соціальних мереж, онлайн-платформ та міжнародних медіа для формування позитивного іміджу України та протидії дезінформації.

Нова хвиля міграції сприяла омолодженню структури діаспори, що підвищує її мобільність, професійну диверсифікацію та здатність до швидкої самоорганізації. Водночас це потребує координації з боку державних інституцій України з метою консолідації зусиль, створення сталих комунікаційних каналів та інституційної підтримки громадських ініціатив за кордоном. Українська діаспора у 2022–2026 роках виступає гуманітарним та культурним ресурсом і важливим чинником реалізації стратегічних завдань публічної дипломатії України. Вона активно просуває позитивний імідж країни за кордоном, підтримує інформаційні та освітні ініціативи та сприяє зміцненню міжнародних партнерств. Діаспора відіграє роль у мобілізації міжнародної підтримки та залученні інвестицій у різні сектори української економіки.

2.3. Оцінка міжнародного іміджу України та його виклики і досягнення

Трансформація міжнародного іміджу України після лютого 2022 року не має аналогів у сучасній історії публічної дипломатії за швидкістю та масштабами зміни глобального сприйняття держави [4]. Країна, яка до війни асоціювалася у багатьох західних громадян з корупцією, пострадянською спадщиною та політичною нестабільністю, за лічені тижні перетворилася на символ боротьби за свободу, демократію та європейські цінності перед обличчям авторитарної агресії. Глобальні опитування громадської думки фіксують безпрецедентне зростання позитивного ставлення до України у країнах демократичного світу, де більшість респондентів підтримують надання військової та фінансової допомоги Україні навіть за рахунок власних економічних інтересів. Медійне висвітлення України змінилося з епізодичних згадок у контексті конфліктів або корупційних скандалів на систематичне покриття подій у країні, аналіз українського суспільства та інтерв'ю з представниками України на провідних світових медіа-платформах. Проте виклики залишаються значними необхідність трансформації ситуативної солідарності у довгострокову підтримку, боротьба з втомою міжнародної аудитор

Міжнародні рейтинги м'якої сили демонструють суперечливу картину позиціонування України у глобальній ієрархії впливовості держав, де емоційна солідарність не завжди трансформується у визнання системної привабливості країни [39]. Global Soft Power Index 2024 зафіксував суттєве покращення позицій України у рейтингу внаслідок зростання глобальної обізнаності про країну, симпатій до українського народу та визнання мужності опору російській агресії міжнародною спільнотою. Водночас абсолютні показники України залишаються помірними порівняно з провідними державами, що мають десятиліття інвестицій у публічну дипломатію, розвинені культурні індустрії та глобальні бренди [40]. Сильні сторони України у рейтингах включають високі оцінки за критеріями боротьба за цінності, моральний авторитет та культурна спадщина, тоді як слабкі позиції зберігаються за показниками економічна привабливість, якість управління та інноваційність економіки. Парадокс ситуації полягає у тому, що війна одночасно підвищила міжнародний профіль України та створила бар'єри для

довгострокового позитивного іміджу через асоціацію країни виключно з конфліктом, руйнуваннями та гуманітарними проблемами.

Регіональна диференціація сприйняття України відображає складну геополітичну карту сучасного світу та різні рівні ефективності публічної дипломатії у різних регіонах планети [41]. Країни Центральної та Східної Європи демонструють найвищі показники підтримки України, що зумовлено спільним історичним досвідом протистояння російському імперіалізму, географічною близькістю до зони конфлікту та розумінням екзистенційної загрози, яку росія становить для всього регіону. Західноєвропейські держави підтримують Україну на рівні політичних еліт та значної частини громадськості, проте існують відмінності між країнами залежно від історичних зв'язків з росією, рівня енергетичної залежності та внутрішньополітичної ситуації з підйомом популістських партій. Сполучені Штати залишаються найбільшим донором військової допомоги Україні, проте американське суспільство поділене у питанні обсягів та тривалості підтримки України, що відображає ширші розколи у американській політиці між інтернаціоналістами та ізоляціоністами.

Ключові досягнення української публічної дипломатії включають успішну мобілізацію безпрецедентної міжнародної військової, фінансової та гуманітарної допомоги, що перевищила 200 мільярдів доларів станом на 2024 рік [42]. Ефективна протидія російській дезінформації забезпечується через координовану роботу державних та недержавних акторів з спростування фейків, надання доказів російських військових злочинів та артикуляції української позиції різними мовами для різних регіональних аудиторій. Культурна експансія України у світовий культурний простір досягла історичного максимуму через численні виставки, кінофестивалі, літературні презентації та музичні тури, що знайомлять мільйони людей з багатою українською культурною спадщиною і сучасними творчими досягненнями. Цифрова дипломатія України визнана міжнародними експертами як еталонний приклад ефективного використання соціальних мереж та цифрових технологій для досягнення зовнішньополітичних цілей в умовах екзистенційної загрози державності. Міжнародна коаліція підтримки України

об'єднала понад 50 країн світу у форматі «Рамштайн», що координують постачання озброєння, тренування українських військових та фінансову підтримку для забезпечення стійкості України у протистоянні російській агресії.

Порівняльний аналіз рівня підтримки України у ключових країнах та регіонах світу станом на 2024-2026 роки дає змогу виявити географічні пріоритети для публічної дипломатії та оцінити ефективність комунікаційних зусиль у різних частинах світу (див. табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Рівень підтримки України у ключових країнах та регіонах світу (2024-2026)

Країна / Регіон	Рівень підтримки населення (%)	Військова допомога (млрд \$)	Основні напрями підтримки
США	58%	82+	Військова техніка, фінансова підтримка, санкції
Великобританія	72%	15+	Озброєння, тренування, розвідка, дрони
Німеччина	56%	32+	Фінансова допомога, озброєння, біженці
Польща	87%	4,8+	Військова допомога, гуманітарна підтримка
Країни Балтії (сер.)	91%	1,5+	Військова допомога, дипломатична підтримка
Франція	52%	7,2+	Військова техніка, фінансова підтримка
Канада	65%	6,8+	Військова допомога, санкції, підтримка біженців
Скандинавські країни (сер.)	79%	6,2+	Фінансова та гуманітарна допомога
Італія	46%	4,1+	Військова техніка, фінансова підтримка
Глобальний Південь (сер.)	24%	~0,2	Здебільшого нейтральна позиція

Створено автором на основі джерел [4, 39, 40, 41, 42, 43]

Дані таблиці підтверджують чітку географічну диференціацію підтримки України: країни Центрально-Східної Європи та Балтії демонструють найвищі показники громадської підтримки (87-91%), що пояснюється історичною близькістю, безпековими загрозами з боку Росії та активною позицією політичного керівництва цих держав. Водночас держави Західної Європи та Північної Америки забезпечують найбільші обсяги військової та фінансової допомоги, навіть попри певні коливання суспільних настроїв, зумовлені економічними труднощами, виборчими процесами та інформаційними кампаніями. Особливо показовим є розрив між рівнем підтримки у країнах Глобального Півдня та євроатлантичному просторі. Низький середній показник підтримки (близько 24%) свідчить про необхідність активізації публічної

дипломатії України в цих регіонах, посилення інформаційної присутності, розвитку економічного співробітництва та гуманітарних ініціатив.

Узагальнюючи, можна стверджувати, що міжнародна підтримка України у 2024-2026 роках має асиметричний характер: найбільші обсяги ресурсної допомоги концентруються у країнах із розвиненими демократичними інститутами, тоді як у інших регіонах ключовим завданням залишається формування довгострокової позитивної громадської думки. Для наочнішого відображення просторового виміру міжнародної підтримки України та концентрації інструментів публічної дипломатії доцільно звернутися до географічної візуалізації відповідних показників (див. рис. 2.3).

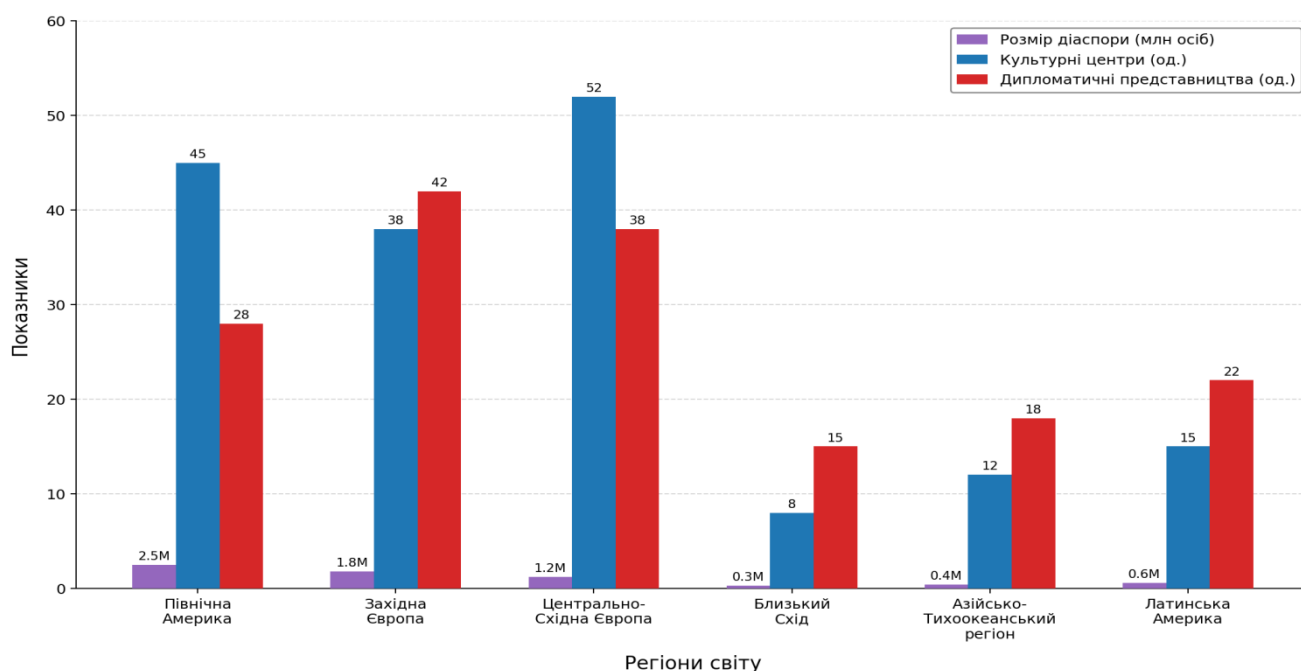


Рис. 2.3. Географічний розподіл української діаспори та інфраструктури публічної дипломатії

Створено автором на основі джерел [5, 35, 45]

Візуалізація географічного розподілу української діаспори підтверджує найбільшу концентрацію в Північній Америці та Західній Європі, що кореспондує з найвищими показниками інфраструктурної підтримки публічної дипломатії через мережу культурних центрів та дипломатичних представництв у цих регіонах.

Виклики для міжнародного іміджу України залишаються значними навіть на тлі вражаючих досягнень публічної дипломатії у мобілізації міжнародної підтримки протягом війни [45]. Конкуренція за увагу міжнародної громадськості з іншими глобальними кризами: конфліктами на Близькому Сході, кліматичними катастрофами, міграційними викликами вимагає постійного оновлення комунікаційної стратегії для утримання України у фокусі міжнародних медіа та громадської думки. Асоціація України виключно з війною, руйнуваннями та гуманітарними проблемами створює ризик формування однобічного образу країни без розуміння її економічного потенціалу, інноваційного сектору, культурного розмаїття та перспектив розвитку після перемоги. Внутрішні виклики: необхідність боротьби з корупцією, прискорення судової реформи, забезпечення верховенства права та демократичного розвитку, залишаються критичними для довгострокового позитивного іміджу України навіть за умови військової перемоги над агресором. Недостатня обізнаність про Україну у країнах Глобального Півдня, Азії, Латинської Америки та Африки обмежує можливості розширення міжнародної підтримки України за межі традиційних західних партнерів.

Стратегічні пріоритети покращення міжнародного іміджу України включають трансформацію ситуативної воєнної солідарності у довгострокове стратегічне партнерство на основі спільних цінностей та взаємних економічних інтересів [44]. Просування наративу про Україну як майбутнього потужного економічного партнера Заходу з великим потенціалом відбудови, інноваційним ІТ-сектором, розвиненим агропромисловим комплексом та стратегічним географічним розташуванням на перетині Європи та Азії може трансформувати сприйняття країни з об'єкта допомоги на привабливого партнера для інвестицій.

Висновки до розділу 2

Аналіз публічної дипломатії України виявив складну інституційну архітектуру з чітким розподілом функцій між державними органами, де МЗС координує стратегію, Український інститут реалізує культурні проєкти, а інші міністерства відповідають за специфічні напрями.. Координаційні механізми між різними інституціями функціонують через міжвідомчі робочі групи, регулярні наради та узгоджені комунікаційні плани, що забезпечує синхронізацію дій у ключові моменти. Проте фінансування публічної дипломатії залишається недостатнім порівняно з масштабом завдань та бюджетами конкурентів у глобальному інформаційному просторі, що вимагає пошуку додаткових ресурсів та більш ефективного використання наявних можливостей.

Практики публічної дипломатії України у сферах культури, цифрових технологій та діаспоральної роботи демонструють високу ефективність у формуванні позитивного міжнародного іміджу держави через різноманітні канали впливу. Культурна дипломатія успішно просуває українську культуру на глобальній арені через виставки у престижних музеях, кінофестивалі, літературні презентації та музичні тури, що знайомлять мільйони людей з багатством української культурної спадщини. Цифрова дипломатія України визнана міжнародними експертами як еталонний приклад використання соціальних мереж та інноваційних платформ для досягнення зовнішньополітичних цілей, мобілізації підтримки та протидії дезінформації.

Розширення географії публічної дипломатії за межі Заходу через активнішу роботу з Азією, Африкою, Латинською Америкою допоможе диверсифікувати базу міжнародної підтримки. Успіх публічної дипломатії України залежить від збалансованого поєднання комунікаційних зусиль із реальними досягненнями у внутрішніх реформах, економічному розвитку та зміцненні демократичних інституцій для створення автентичного позитивного іміджу держави.

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ УКРАЇНИ ДЛЯ ПОКРАЩЕННЯ МІЖНАРОДНОГО ІМІДЖУ

3.1. Проблеми та обмеження публічної дипломатії України

Сучасний стан публічної дипломатії України свідчить про значний прогрес у її активності, особливо після 2022 року, водночас виявляючи низку системних проблем. Навіть попри активне просування міжнародного іміджу країни, існують структурні вади, що заважають реалізації повного потенціалу цієї сфери. Зрозуміло, що в умовах повномасштабної війни багато питань доводилося вирішувати на ходу. Частина проблем є структурною і існувала задовго до вторгнення. Наукова спільнота давно визнає, що для ефективної роботи публічної дипломатії потрібна висока активність та злагоджена інституційна система з чіткими повноваженнями і достатнім ресурсним забезпеченням [46]. Особливість українського дискурсу публічної дипломатії полягає у тому, що різні відомства впроваджують комунікаційні ініціативи без єдиного координаційного центру, який міг би узгоджувати пріоритети та розподіляти ресурси [47]. Сукупність інституційних, фінансових, кадрових та стратегічних обмежень створює комплексну проблемну картину, яка потребує ретельного аналізу та розробки системних рішень для підвищення ефективності публічної дипломатії. Без розуміння глибинних причин існуючих обмежень неможливо виробити реалістичні та дієві рекомендації щодо вдосконалення публічної дипломатії України у коротко- та довгостроковій перспективі.

Суспільне мовлення, усі займаються публічною дипломатією, але між ними немає справжнього координаційного центру з реальними повноваженнями. Результат передбачуваний: дублювання функцій, суперечливі меседжі і нерациональне витрачання й без того обмежених ресурсів. Фахівці з комунікацій давно наголошують, що ефективна система публічної дипломатії неможлива без єдиного стратегічного центру, який узгоджує пріоритети і контролює послідовність повідомлень на всіх рівнях [59]. Публічну дипломатію України реалізують МЗС, Офіс Президента, МКІП, Міністерство освіти, Укрінформ, Суспільне

мовлення та численні недержавні актори, між якими відсутній системний координаційний механізм з чіткими повноваженнями та відповідальністю. Наслідком інституційної розпорошеності є суперечливість меседжів, нераціональне використання обмежених ресурсів та неможливість досягнення синергетичного ефекту скоординованих комунікаційних кампаній, порівнянного з результатами провідних країн з розвиненою системою публічної дипломатії. Вирішення проблеми координації вимагає організаційних змін, законодавчого закріплення повноважень координуючого органу та його достатнього ресурсного забезпечення для реального впливу на роботу підпорядкованих відомств.

Хронічне недофінансування публічної дипломатії становить одне з найбільш критичних обмежень для України, яка конкурує за вплив у глобальному інформаційному просторі з країнами, що інвестують мільярди доларів у свій міжнародний імідж. Держави, що досягли значних результатів у побудові глобального впливу через публічну дипломатію, інвестували відповідні ресурси задовго до активної фази геополітичних протистоянь, створюючи потужну інфраструктуру впливу через медіа, культурні організації та освітні установи [49]. Ефективне функціонування м'якої сили як інструменту зовнішньої політики потребує стабільного довгострокового фінансування, адже будівництво позитивного іміджу вимагає системної роботи протягом багатьох років і не може бути здійснене за рахунок короткострокових кампаній навіть за умови значного разового вливання коштів [50]. Загальний бюджет публічної дипломатії України у відсотковому відношенні до ВВП залишається на рівні, що значно поступається показникам Великої Британії, Франції, Німеччини та деяких менших за масштабом держав, які розглядають публічну дипломатію як стратегічний пріоритет із відповідним бюджетним забезпеченням. Залежність від міжнародної технічної допомоги, яка складає значну частку фінансування публічної дипломатії, створює ризики нестійкості комунікаційних програм у разі зміни пріоритетів донорів або погіршення відносин з ключовими партнерами.

Брак підготовлених фахівців у сфері публічної дипломатії становить серйозний структурний виклик для України, яка не має усталеної системи

підготовки профільних кадрів, здатних ефективно працювати у різних регіонах світу та у різних форматах публічної комунікації. Якісна публічна комунікація потребує поєднання глибоких знань теорії та практики зв'язків з громадськістю, розуміння цифрових інструментів та здатності адаптувати меседжі до культурних особливостей різних цільових аудиторій з урахуванням їхніх ціннісних орієнтирів та інформаційних звичок [57]. Знання дипломатичного протоколу та міжкультурні компетенції виступають невід'ємними складовими ефективної публічної дипломатії, освоєння яких потребує тривалого навчання і практики у відповідному середовищі, що є важкодосяжним без системної підготовки кадрів [56]. Дипломатичні місії України нерідко стикаються з проблемою ротації кваліфікованих кадрів, коли добре підготовлений фахівець лише починає розуміти специфіку цільового ринку та налагоджувати контакти, а його вже переводять на іншу посаду або до іншого регіону без належної передачі накопиченого досвіду. Система підвищення кваліфікації дипломатичних кадрів України потребує суттєвого вдосконалення з акцентом на практичні навички цифрової дипломатії, роботу з медіа, організацію культурних заходів та вміння ефективно комунікувати в умовах кризи й інформаційної атаки.

Стратегічне планування публічної дипломатії України страждає від проблем довгострокового цілепокладання, системного моніторингу результатів та механізмів адаптації стратегії на основі аналізу ефективності реалізованих програм і кампаній. Ефективне використання *soft power* потребує чіткої стратегічної концепції з визначеними пріоритетними регіонами, цільовими аудиторіями та вимірюваними індикаторами успіху для кожного напрямку роботи зі зрозумілими методами оцінювання досягнутих результатів [51]. Необхідним є комплексна стратегія присутності у глобальному інформаційному просторі з урахуванням регіональної специфіки та особливостей сприйняття держави у різних культурних контекстах, що виключає шаблонний підхід та передбачає глибоке знання цільових аудиторій [52]. Ситуативний характер реагування на виклики без системної довгострокової стратегії призводить до того, що публічна дипломатія України втрачає можливості для формування стійких наративів у

ключових регіонах через брак послідовності та наступності у комунікаційній роботі різних відомств. Відсутність системи вимірювання ефективності на основі об'єктивних показників унеможлиблює раціональний розподіл ресурсів між програмами та напрямками і створює ризики продовження неефективних ініціатив за рахунок відмови від перспективних проєктів.

Географічна обмеженість публічної дипломатії України зосереджує комунікаційні зусилля держави переважно на традиційних західних партнерах, залишаючи значну частину світу поза межами системної роботи зі зміни уявлень про Україну. Публічна дипломатія в контексті євроінтеграції потребує більш системного підходу до роботи з офіційними інституціями ЄС та громадськістю окремих країн-членів, зокрема тих, де існують стійкі проросійські настрої або значний рівень байдужості до долі України та її прагнень до членства в Союзі [53].

Досвід НАТО у сфері стратегічних комунікацій пропонує Україні цінні уроки щодо побудови систематичної роботи з різними регіональними аудиторіями, включаючи країни, що не є членами альянсу, але мають стратегічне значення для безпеки та стабільності регіону [54]. Африканський, латиноамериканський та південноазійський регіони залишаються переважно поза межами систематичної роботи публічної дипломатії України, тоді як саме тут формується альтернативна до проукраїнської картина конфлікту, підживлювана російською пропагандою та антизахідними наративами, що набирають силу серед місцевого населення. Брак дипломатичної присутності, культурних центрів та системної медійної активності у регіонах Глобального Півдня обмежує можливості України впливати на позиції держав при голосуванні у міжнародних організаціях.

Глобальна конкуренція за увагу міжнародної аудиторії в умовах інформаційного перевантаження становить системний виклик для публічної дипломатії України, яка змушена утримувати увагу до тривалого збройного конфлікту в умовах постійної конкуренції з іншими новинами та кризами. Одним з ключових уроків досвіду провідних держав у сфері публічної дипломатії є

здатність підтримувати тривалу зацікавленість аудиторії через культивування різноманітних наративів, що дає змогу зберігати стійкий інтерес до країни навіть за відсутності гострих новинних приводів [55]. Інформаційна втома від новин про війну в Україні, зафіксована соціологами у країнах Заходу починаючи з 2023 року, свідчить про необхідність перебудови комунікаційної стратегії із суто кризової у більш різноманітну, яка включала б культурні, економічні та соціальні виміри образу України поряд з висвітленням воєнних подій. Конкуруючі наративи щодо України транслиуються через медіамережі, підтримувані Росією, яка продовжує активну інформаційну агресію попри санкції, адаптуючи методи впливу через альтернативні канали поширення інформації у незахідних регіонах. Парадоксальним є те, що висока ефективність цифрової дипломатії України у роки війни водночас створила залежність від сенсаційності та новинного контенту, що ускладнює перехід до системного формування позитивного образу країни, яка відновлюється та будує майбутнє.

Культурна дипломатія України, незважаючи на помітні успіхи після 2022 року, стикається з проблемою недостатнього довгострокового фінансування та стратегічного планування проєктів, що виходять за межі безпосередніх потреб воєнного часу. У наукових дослідженнях стверджується, що культурна дипломатія як складова зовнішньої політики потребує системних довгострокових інвестицій у розбудову мережі культурних центрів, підтримку митців та формування стійкого позитивного образу через проєкти, що апелюють до універсальних цінностей і виходять за рамки суто політичних меседжів [58]. Мережа українських культурних центрів за кордоном залишається розвиненою значно гірше, ніж аналогічні інституції Польщі, Чехії чи Угорщини, не кажучи вже про French Institute, Goethe Institut чи British Council, що десятиліттями будували свою присутність у різних регіонах світу та охоплюють щорічно сотні тисяч людей якісними культурними і освітніми програмами. Недостатня присутність сучасної української культури у глобальному культурному дискурсі до 2022 року сприяла збереженню стереотипів про Україну як периферійну пострадянську державу без виразної власної ідентичності та оригінального

культурного продукту, що утруднювало формування позитивного образу держави через культурні канали. Постконфліктна культурна дипломатія потребуватиме принципово нових підходів до позиціонування України, як жертви агресії та як носія живої та динамічної культурної ідентичності, здатної збагатити глобальний культурний простір оригінальними художніми висловлюваннями поза контекстом війни. Нижче наведено узагальнену таблицю (див. табл.. 3.1), яка систематизує основні проблеми та обмеження публічної дипломатії України, що впливають на ефективність реалізації стратегічних завдань у цій сфері.

Таблиця 3.1

Систематизація проблем та обмежень публічної дипломатії України

Вимір проблеми	Конкретні прояви	Наслідки для ефективності
Інституційний	Дублювання функцій між МЗС, МКІП, ОПУ;	Суперечливість меседжів, нераціональне використання бюджетних коштів,
	відсутність єдиного координатора з повноваженнями розподілу ресурсів	відсутність синергії
Фінансовий	Частка видатків на публічну дипломатію - менше 0,05% ВВП;	Програмна нестійкість, ризики припинення ініціатив за зміни пріоритетів донорів,
	залежність від міжнародної допомоги (до 42% фінансування)	брак довгострокових проєктів
Кадровий	Відсутність спеціалізованих магістерських програм;	Низька якість роботи у специфічних регіонах,
	часта ротація без передачі досвіду;	втрата напрацьованих зв'язків під час ротацій
	дефіцит знавців рідкісних мов	
Стратегічний	Відсутність єдиної довгострокової стратегії з вимірюваними цілями;	Нераціональний розподіл ресурсів,
	превалювання ситуативних кампаній над системною роботою	неможливість оцінки ефективності, відсутність наступності у роботі
Географічний	Понад 80% ресурсів - на країни Заходу;	Обмежений вплив на позицію 85% населення планети;
	мінімальна присутність в Африці, Латинській Америці, Азії	уразливість до поширення проросійських наративів у незахідних регіонах
Комунікаційний	Домінування кризового контенту;	Інформаційна втома аудиторії;
	брак системних наративів про культуру, економіку, інновації;	однобічний образ країни виключно як жертви агресії;
	висока залежність від персонального лідерства	ризики зниження уваги з плином часу

Створено автором на основі джерел [48, 55, 56, 57, 49, 53, 58, 50]

Наведена систематизація підтверджує комплексний характер обмежень публічної дипломатії України, які охоплюють інституційний, фінансовий, кадровий, стратегічний, географічний та комунікаційний виміри. Взаємопов'язаність окреслених проблем посилює їхній сукупний вплив на результативність зовнішньої комунікації держави та знижує потенціал

довгострокового міжнародного позиціонування. Інституційна фрагментованість і відсутність єдиного центру координації ускладнюють формування узгодженого наративу, що зменшує синергію між державними органами та партнерами. Обмеженість фінансових ресурсів і залежність від донорського фінансування стримують реалізацію масштабних довгострокових програм, зосереджуючи діяльність переважно на короткотермінових інформаційних кампаніях. Кадрові виклики додатково знижують спроможність працювати у складних регіональних середовищах та вибудовувати сталі комунікаційні мережі.

Відсутність чітко визначеної стратегії з вимірюваними індикаторами ефективності ускладнює оцінювання результатів та коригування політики. Дисбаланс у географічному розподілі ресурсів обмежує вплив України на глобальні процеси поза межами євроатлантичного простору. Комунікаційні особливості, орієнтовані переважно на кризову тематику, формують звужений образ держави, що не повною мірою відображає її культурний, економічний та інноваційний потенціал. Сукупність окреслених чинників вказує на необхідність переходу до більш інституційно скоординованої, стратегічно структурованої та ресурсно забезпеченої моделі публічної дипломатії, здатної забезпечити стійкий міжнародний вплив України у довгостроковій перспективі.

3.2. Рекомендації щодо вдосконалення публічної дипломатії України

Рекомендації, які пропонуються нижче, виходять з аналізу конкретних слабких місць, описаних у попередньому підрозділі, а також з досвіду країн, яким вдалося побудувати ефективну публічну дипломатію за різних геополітичних обставин. Ключова теза, на якій сходяться більшість дослідників: публічна дипломатія не може бути ефективною без чіткого розуміння того, кому і що держава хоче сказати, і яким набором інструментів вона при цьому користується [46]. Системний підхід до публічної дипломатії передбачає інтеграцію різних форм комунікації у єдину стратегію та забезпечення її послідовної реалізації незалежно від змін у керівництві відомств чи коливань у фінансуванні окремих

програм з відповідними механізмами захисту від ситуативних відхилень [59]. Запропоновані рекомендації систематизовано за ключовими напрямками: інституційне вдосконалення, фінансова стійкість, кадровий розвиток, стратегічні комунікації, регіональна диверсифікація та довгострокові культурні інвестиції. Реалізація рекомендацій потребує скоординованих зусиль державних органів, недержавних організацій та міжнародних партнерів, об'єднаних спільним розумінням стратегічних цілей публічної дипломатії України у сучасному геополітичному контексті.

Першочерговою рекомендацією є створення повноцінного Агентства публічної дипломатії України або надання МЗС статусу єдиного координатора з відповідними повноваженнями та механізмами міжвідомчої взаємодії для подолання наявної інституційної фрагментації. У науковій літературі обґрунтовується, що ефективна система комунікацій держави потребує узгодження меседжів, але й системи зворотного зв'язку, моніторингу ефективності та механізмів оперативної адаптації стратегії відповідно до зміни реакції цільових аудиторій на різних майданчиках [48]. Досвід Великої Британії, Швеції та Нідерландів демонструє, що найбільш ефективними є моделі, де публічна дипломатія інтегрована у єдину систему стратегічних комунікацій держави з чіткими повноваженнями конкретного відомства та регулярними механізмами координації з усіма зацікавленими сторонами. Координаційна рада з питань публічної дипломатії при МЗС має бути перетворена з консультативного органу на реальний механізм прийняття рішень з повноваженнями щодо розподілу фінансових ресурсів між відомствами та моніторингу виконання спільних програм із чіткими механізмами підзвітності. Впровадження єдиної інформаційно-аналітичної системи, доступної для всіх органів, залучених до публічної дипломатії, допоможе уникнути дублювання зусиль та забезпечить оперативний обмін даними про реакцію цільових аудиторій на комунікаційні кампанії.

Розробка Комплексної стратегії публічної дипломатії України на 2026-2030 роки з чіткими вимірюваними цілями, системою моніторингу та механізмами

адаптації є критично важливим кроком для підвищення системності та ефективності зовнішніх комунікацій держави. Системне позиціонування України у глобальному інформаційному просторі потребує чітких концепцій присутності у різних регіонах, формування цільових наративів для конкретних аудиторій та регулярного моніторингу ефективності комунікаційних ініціатив на основі об'єктивних показників, що дозволяють порівнювати результати у часі [52]. Запровадження щорічного аудиту публічної дипломатії України з оцінкою ефективності програм за стандартизованими показниками дозволить раціоналізувати розподіл ресурсів та підвищити підзвітність виконавців перед громадськістю й міжнародними партнерами, які фінансують значну частку комунікаційних програм. Використання методів аналізу великих даних та сучасних аналітичних інструментів для моніторингу реакції міжнародної аудиторії у реальному часі відкриває нові можливості для оперативного коригування стратегії та персоналізації комунікації з різними сегментами глобальної аудиторії.

Розробка та послідовна реалізація національного бренду України, що відображає сучасну ідентичність країни-захисника демократичних цінностей із потужним потенціалом відбудови та інновацій, має стати ключовим пріоритетом комунікаційної стратегії у повоєнний період. Бренд країни як складова публічної дипломатії потребує чіткої концепції, яка відображає унікальні конкурентні переваги держави та транслює їх через узгоджені канали комунікації відповідно до специфічних інтересів та пріоритетів різних цільових аудиторій інвесторів, широкої громадськості [60]. Аналіз невдалих стратегій формування іміджу держав свідчить про спільну закономірність: образ, що суперечить реальності, не може бути стійким незалежно від обсягів інвестицій у його просування, оскільки розрив між задекларованим та дійсним неминуче виявляється і підриває довіру до країни [49]. Бренд України має базуватися на трьох ключових наративних осях: Україна як нація, що захищає суверенітет і демократію, Україна як культурно багата європейська країна з тисячолітньою власною ідентичністю, та Україна як держава зі значним потенціалом економічного та інноваційного зростання після

перемоги. Послідовне просування бренду через всі канали комунікації, включаючи офіційні заяви, контент у соціальних мережах та матеріали культурних проєктів, забезпечить кумулятивний ефект та сформує стійке, цілісне сприйняття України у глобальній свідомості поза виключним асоціюванням країни з воєнним конфліктом.

Реформування системи підготовки та підвищення кваліфікації кадрів для публічної дипломатії є необхідною умовою підвищення якості зовнішньої комунікації України та подолання кадрового дефіциту у стратегічно важливих регіонах і напрямках. Сучасні фахівці у сфері публічних комунікацій мають поєднувати класичні дипломатичні навички з розумінням цифрових технологій, медіапсихологією та здатністю оперативно адаптуватися до динамічно змінного інформаційного середовища, де поява нових платформ постійно змінює правила взаємодії з аудиторією [57]. Розуміння міжкультурних особливостей у дипломатичній практиці передбачає знання протоколу та глибоке розуміння культурного контексту країни перебування для ефективної взаємодії з місцевою аудиторією і уникнення комунікативних помилок, що можуть суттєво підривати репутацію держави [56]. Запровадження спеціалізованих магістерських програм з публічної дипломатії у провідних українських університетах у партнерстві із зарубіжними школами дипломатії на зразок Fletcher School або Sciences Po Paris дасть змогу створити системний потік кваліфікованих фахівців зі знанням мов, регіонів та сучасних комунікаційних технологій. Стипендіальна програма для навчання майбутніх фахівців у сфері публічної дипломатії за кордоном з подальшим обов'язковим відпрацюванням у державних структурах є ефективним механізмом поєднання здобуття міжнародного досвіду з формуванням резервного кадрового потенціалу для потреб держави у реалізації амбітних комунікаційних завдань.

Поглиблення співпраці з НАТО у сфері стратегічних комунікацій відкриває для України унікальні можливості для розбудови спроможностей протидії дезінформації, використання передових методологій та доступу до ресурсів найбільш розвинутої у світі системи стратегічних комунікацій. Стратегічні

комунікації Альянсу базуються на принципах узгодженості слів і дій, координованості між різними каналами, безперервності комунікації та вимірюваності результатів, що є важливими орієнтирами для розвитку публічної дипломатії України та формування систематичного підходу до роботи в інформаційному просторі [54]. Застосування м'якої сили у сучасному контексті потребує привабливого іміджу та здатності протидіяти систематичному підриву своєї репутації конкурентами через координоване використання різних інструментів стратегічних комунікацій у взаємодії з партнерами та союзниками [50]. Центр передового досвіду зі стратегічних комунікацій НАТО у Ризі може виступити платформою для поглибленого навчання українських фахівців та спільного розроблення методологій протидії дезінформації, адаптованих до специфіки гібридної агресії Росії та особливостей інформаційного простору різних регіонів. Інтеграція документів стратегічних комунікацій України з аналогічними документами НАТО та союзників створить основу для гармонізованої комунікаційної стратегії, що підсилить взаємодоповнювальність зусиль у глобальному інформаційному протиборстві.

Диверсифікація географії публічної дипломатії за межі традиційних союзників є стратегічним завданням, що потребує системних ресурсів та нестандартних підходів для охоплення країн з відмінним від Заходу геополітичним баченням конфлікту та ролі України у ньому. Меседжі мають адаптуватися до місцевих культурних кодів, геополітичних очікувань та специфічних проблем, що хвилюють населення, а не бути прямим перекладом кампаній, розроблених для Заходу, оскільки однакові слова мають принципово різне звучання у різних культурних контекстах [53]. Принцип глокалізації комунікацій, що передбачає поєднання глобальних стратегічних пріоритетів з глибоким урахуванням локальних особливостей кожного конкретного ринку через компетентних регіональних фахівців, є запорукою ефективності публічної дипломатії у нетрадиційних регіонах [55]. Програми академічного обміну та культурні ініціативи, спрямовані на країни Африки, Азії та Латинської Америки, мають включати компоненти, що пов'язують інтереси України з пріоритетами цих

регіонів: продовольча безпека, технологічний розвиток, кліматична адаптація та розбудова державних інституцій. Відкриття нових посольств та представництв в ключових містах Африки, Азії та Латинської Америки, що досі відсутні у мережі дипломатичної присутності України, виступає необхідним кроком для системного просування інтересів держави у нетрадиційних для вітчизняної дипломатії регіонах планети.

Подальший розвиток цифрової дипломатії України має передбачати збереження досягнутих показників охоплення аудиторії та перехід кризової комунікації на системне формування позитивного образу країни через різноманітний контент, який відображає різні аспекти українського суспільства та культури. Аналіз українського дискурсу публічної дипломатії свідчить про необхідність одночасного вирішення завдань кризової комунікації та довгострокового іміджевого позиціонування, що потребує диференційованих підходів і розподілу ресурсів між різними типами контенту та каналами комунікації залежно від стратегічних пріоритетів [47]. Розуміння психологічних механізмів сприйняття медіаконтенту різними аудиторіями дозволяє розробляти більш ефективні комунікаційні стратегії, що апелюють до цінностей та інтересів конкретних цільових груп, а не намагаються охопити всі аудиторії одночасно єдиним меседжем незалежно від їхньої культурної та соціальної різноманітності [57]. Штучний інтелект, аналіз великих даних та сучасні інструменти моніторингу соціальних медіа відкривають для публічної дипломатії України можливості персоналізованої комунікації через автоматизоване створення контенту різними мовами, аналіз настроїв у реальному часі та ідентифікацію ключових лідерів думок у різних країнах. Інвестиції у розбудову центрів цифрової дипломатії, оснащених сучасними аналітичними інструментами та укомплектованих фахівцями з цифрових комунікацій і аналізу даних, виступають стратегічним пріоритетом для підвищення ефективності міжнародної комунікації України у короткостроковій перспективі.

Довгострокові інвестиції у культурну та освітню дипломатію є фундаментальним компонентом стратегії формування позитивного образу

України, що виходить за межі воєнного контексту та створює стійкі позитивні асоціації з країною у міжнародній аудиторії. Культурна дипломатія дає стійкі результати лише за умови системного підходу, де кожен культурний проєкт є частиною єдиної стратегії формування образу держави, а не ізольованою подією, не пов'язаною із загальним наративом і стратегічними цілями держави, що прагне змінити своє сприйняття у глобальній свідомості [58]. Бренд країни формується у тому числі через культурні продукти, здатні стати широко відомими феноменами та охопити значно ширше коло людей, ніж ті, хто безпосередньо цікавиться країною, що підтверджується глобальним успіхом корейської культури через К-рор або латиноамериканської музики, яка пробила бар'єри мовних і культурних відмінностей [60]. Програма підтримки перекладу та видання сучасної української літератури провідними іноземними видавництвами, аналогічна польській програмі підтримки книговидавання, дозволить ввести українських авторів у міжнародний літературний простір та сформувати стійку присутність українського голосу у глобальному культурному дискурсі поза ситуативним інтересом до країни в контексті конфлікту. Розширення мережі освітніх програм з вивчення української мови у зарубіжних університетах, систематичне залучення іноземних студентів до навчання в Україні та розвиток спільних наукових програм закладатиме фундамент для формування поколінь зарубіжних фахівців з власним позитивним досвідом взаємодії з українською культурою та суспільством.

Успішна реалізація курсу на вступ до Євросоюзу є найбільш потужним інструментом довгострокового зміцнення позитивного міжнародного іміджу України, перетворюючи прагнення до євроінтеграції на конкретні реформи, що є кращим підтвердженням декларованих цінностей і пріоритетів держави перед міжнародною спільнотою. Публічна дипломатія в контексті євроінтеграції має виконувати подвійну функцію: демонструвати реальний прогрес у реформах та просувати образ України як держави, здатної стати повноцінним і рівним членом Євросоюзу, що збагатить спільноту своїм унікальним потенціалом та стратегічним розташуванням на перетині Заходу та Сходу [53]. Постконфліктна

відбудова України стане унікальним випробуванням та водночас унікальною можливістю для демонстрації трансформаційного потенціалу держави, коли реальні зміни у якості управління, правовій системі та економічному розвитку говоритимуть самі за себе більш переконливо, ніж будь-які комунікаційні кампанії. Комунікація успіхів реформування та відбудови має стати інтегральною частиною публічної дипломатії, перетворюючи кожне досягнення на доказ сильного, реформованого та привабливого образу нової України, яка несе відповідальність за безпеку та стабільність усього континенту.

Таблиця 3.2

Пріоритетні рекомендації щодо вдосконалення публічної дипломатії України

Напрямок реформування	Ключові заходи	Очікуваний результат (горизонт)
1. Інституційна реформа	Створення Агентства публічної дипломатії або надання МЗС статусу координатора з реальними повноваженнями; запровадження єдиної аналітичної платформи	Усунення дублювання, підвищення узгодженості меседжів, синергія зусиль (2-3 роки)
2. Стратегічне планування	Розробка Стратегії публічної дипломатії 2026-2030 з вимірюваними KPI; запровадження щорічного аудиту ефективності програм	Рациональний розподіл ресурсів, підзвітність, можливість своєчасної корекції (1-2 роки)
3. Кадровий потенціал	Запровадження магістерських програм з публічної дипломатії у партнерстві з провідними університетами; програми стажування за кордоном з обов'язковим відпрацюванням	Системний потік кваліфікованих фахівців, зниження кадрового дефіциту (3-5 років)
4. Національний бренд	Розробка цілісного бренду «Нова Україна» з трьома наративними осями; координоване просування через всі канали комунікації	Формування стійкого, багатовимірного образу країни поза воєнним контекстом (3-5 років)
5. Регіональна диверсифікація	Відкриття нових посольств в Африці, Азії, Латинській Америці; адаптовані програми для Глобального Півдня (продовольча безпека, технології)	Розширення бази міжнародної підтримки за межі Заходу, вплив на голосування у ГА ООН (5-7 років)
6. Цифрова дипломатія нового покоління	Центри цифрової дипломатії з AI-інструментами; диверсифікація контенту від кризового до культурного; персоналізована комунікація для різних аудиторій	Збереження охоплення аудиторії за умов зниження новинного інтересу, формування різнопланового образу (1-3 роки)

Створено автором на основі джерел [54, 46, 47, 59, 51, 52]

Інституційна реформа покликана усунути фрагментарність управління та підвищити рівень координації між органами державної влади, культурними інституціями, експертним середовищем і громадянським суспільством. Наявність єдиного центру стратегічної координації допоможе уникнути дублювання функцій, розпорошення ресурсів і суперечливих меседжів, що особливо критично в умовах високої інформаційної турбулентності. Формування спільної аналітичної платформи сприятиме системному моніторингу міжнародної реакції, оперативному виявленню репутаційних ризиків і виробленню обґрунтованих управлінських рішень.

Стратегічне планування у сфері публічної дипломатії має перейти з декларативного формату на програмно цільовий підхід з чіткими індикаторами результативності. Регулярний аудит ефективності програм створить механізм внутрішнього контролю та підзвітності, що підвищить раціональність використання бюджетних і донорських ресурсів. Такий підхід формує культуру управління результатами, а не процесами, що є ознакою зрілої дипломатичної системи.

Посилення кадрового потенціалу виступає ключовою умовою довгострокової стійкості публічної дипломатії. Формування професійної спільноти фахівців із глибокими знаннями міжнародних комунікацій, стратегічного аналізу, цифрових інструментів і міжкультурної взаємодії забезпечить якісно новий рівень представлення інтересів держави. Запровадження спеціалізованих освітніх програм у співпраці з університетами сприятиме інституціоналізації цієї сфери як окремого професійного напрямку. Механізм обов'язкового відпрацювання після стажування за кордоном допоможе мінімізувати ризики відтоку кадрів і забезпечити повернення інтелектуального капіталу до національної системи управління.

Розвиток національного бренду набуває стратегічного значення в умовах трансформації глобального інформаційного середовища. Україна тривалий час асоціюється передусім із воєнними подіями, що формує одновимірне сприйняття держави. Побудова цілісного бренду «Нова Україна» з чітко окресленими

нарративними осями дозволить продемонструвати потенціал країни в інноваціях, культурі, людському капіталі та економічному відновленні. Узгоджене просування бренду через дипломатичні установи, культурні центри, бізнес платформи та цифрові канали створить синергійний ефект і підвищить впізнаваність України як сучасної європейської держави з глобальними амбіціями.

Регіональна диверсифікація дипломатичної присутності відкриває нові можливості для формування багатовекторної міжнародної підтримки. Активізація співпраці з країнами Африки, Азії та Латинської Америки дозволить зменшити залежність від традиційних партнерів і розширити географію політичних та економічних контактів. Участь у проєктах продовольчої безпеки, технологічного партнерства та освітніх обмінів здатна посилити позиції України як відповідального учасника глобальних процесів. Зростання рівня взаємодії з державами Глобального Півдня може впливати на результати голосувань у міжнародних організаціях та сприяти консолідації ширшої коаліції підтримки.

Цифрова дипломатія нового покоління стає одним із найбільш перспективних напрямів модернізації. Використання аналітики великих даних та інструментів штучного інтелекту дає змогу здійснювати сегментацію аудиторій і персоналізувати комунікаційні стратегії. Розширення контенту з кризових повідомлень на культурні, освітні та економічні сюжети допоможе підтримувати інтерес до України навіть за умов зниження медійної уваги. Створення центрів цифрової дипломатії сприятиме інтеграції технологічних рішень у щоденну практику зовнішньополітичної діяльності.

Комплексна реалізація зазначених рекомендацій формує передумови для переходу до системної, професійно керованої та стратегічно орієнтованої публічної дипломатії. Синхронізація інституційних, кадрових, комунікаційних і геополітичних інструментів забезпечить підвищення міжнародної суб'єктності України та зміцнення її позицій у світовому порядку денному.

Висновки до розділу 3

Третій розділ виявив три головні больові точки публічної дипломатії України. Інституційна: відповідальність між відомствами розпорошена, координаційного центру з реальними повноваженнями немає. Ресурсна: хронічне недофінансування й дефіцит фахівців, здатних працювати у специфічних регіональних умовах. Стратегічна: бракує довгострокового планування та об'єктивних механізмів оцінки того, що насправді працює. Визначені проблеми частково пояснюються об'єктивними умовами тривалої збройної агресії та необхідністю пріоритизації безпекових витрат, проте значна їх частина є наслідком системних вад в організації роботи публічної дипломатії, що потребують структурного вирішення незалежно від воєнного контексту.

Запропоновані рекомендації охоплюють кілька взаємопов'язаних напрямів: інституційне вдосконалення через посилення координаційних механізмів та чіткий розподіл повноважень між відомствами; стратегічне планування та вимірювання ефективності програм публічної дипломатії; розвиток кадрового потенціалу через реформу системи підготовки фахівців; збалансований розвиток цифрової, культурної та освітньої дипломатії. Реалізація рекомендацій потребує усвідомлення публічної дипломатії як стратегічного пріоритету державної безпеки, а не допоміжного інструменту зовнішньої політики, що передбачає відповідне фінансування, інституційне закріплення та системний моніторинг результатів з регулярним публічним звітуванням для підтримки підзвітності виконавців. Геополітичне розширення за межі Заходу через адаптовані ініціативи для Глобального Півдня є стратегічним завданням, від виконання якого залежить здатність України формувати широку міжнародну коаліцію підтримки та протидіяти ізоляції на нових геополітичних фронтах у багатопольному світі. Розвиток національного бренду «Нова Україна» та послідовна комунікація успіхів реформ мають трансформувати сприйняття України з виключно воюючої держави на привабливого партнера та майбутнього члена євроатлантичної спільноти з власним внеском у безпеку та розвиток регіону.

ВИСНОВКИ

У процесі дослідження впливу публічної дипломатії на формування міжнародного іміджу України розв'язано всі визначені завдання та досягнуто поставленої мети. Отримано комплекс теоретичних узагальнень і практичних висновків, що мають наукову та прикладну цінність для розвитку державної комунікаційної стратегії. Сукупність отриманих результатів підтверджує, що публічна дипломатія є стратегічно визначальним інструментом формування міжнародного іміджу держави. Водночас дослідження засвідчило нерозривний зв'язок між комунікаційними зусиллями та реальними внутрішніми трансформаціями держави, без якого жодна публічно-дипломатична стратегія не здатна забезпечити стійкий позитивний образ країни у глобальній свідомості.

У першому розділі встановлено, що публічна дипломатія являє собою цілеспрямовану систему комунікацій держави з зарубіжною громадськістю, що базується на концепції м'якої сили та спрямована на формування позитивного образу країни через різноманітні інструменти культурного, освітнього, цифрового та діаспорного впливу. З'ясовано, що еволюція публічної дипломатії з холодновоєнної інформаційної роботи на комплексний стратегічний інструмент відображає зростання ролі інформаційного чинника в міжнародних відносинах та трансформацію дипломатичної взаємодії в умовах цифрової революції. Визначено, що інструментарій публічної дипломатії охоплює культурну, освітню, цифрову, медіа- та діаспоральну дипломатію, кожна з яких має свою специфічну аудиторію, механізми впливу та часовий горизонт досягнення результатів. Розкрито, що міжнародний імідж держави виступає багатовимірним конструктом, що поєднує політичну, економічну, культурну, соціальну, історичну та комунікативну складові й вимірюється через систему міжнародних рейтингів, медійного моніторингу та соціологічних опитувань. Ключовим теоретичним висновком є встановлення фундаментальної залежності ефективного міжнародного іміджу від автентичності держави жодна комунікаційна стратегія

не здатна компенсувати відсутність реальних позитивних змін у внутрішній та зовнішній політиці.

У другому розділі проаналізовано, що публічна дипломатія України пройшла шлях з фрагментарних ініціатив на системну державну стратегію, причому найбільш потужний якісний стрибок відбувся після 24 лютого 2022 року, коли всі інституції мобілізувалися для забезпечення міжнародної підтримки. Досліджено, що інституційна архітектура публічної дипломатії охоплює МЗС як стратегічного координатора, Український інститут із понад 50 проєктами щорічно, МКІП із функціями протидії дезінформації, Міносвіти в освітній дипломатії та Офіс Президента, що здійснює пряму комунікацію з десятками мільйонів підписників у глобальному цифровому просторі. Встановлено, що цифрова дипломатія України здобула міжнародне визнання як еталонний приклад використання соціальних мереж: мільярди взаємодій щомісяця, краудфандингова платформа UNITED24 з понад 110 країнами-донорами та феномен відеодипломатії Президента у понад 40 парламентах світу формують принципово нову модель безпосередньої комунікації держави з глобальною аудиторією. З'ясовано, що культурна дипломатія досягла безпрецедентного охоплення через перемогу фільму «20 Days in Mariupol» на премії «Оскар» 2024 року та системну присутність на Венеційській бієнале, Берлінале, Каннах і провідних книжкових ярмарках, що перетворило культурні інституції на потужних провідників нового образу України. Виявлено, що Україна зуміла мобілізувати понад 200 мільярдів доларів міжнародної підтримки та сформувати коаліцію понад 50 держав, проте залишається переважно асоційованою з конфліктом, що є одночасно ресурсом солідарності та ризиком однобічного образу держави.

Оцінка регіональної диференціації міжнародного іміджу виявила чітку геополітичну нерівномірність: країни Центрально-Східної Європи та Балтії демонструють підтримку на рівні 87-91%, тоді як держави Глобального Півдня залишаються переважно нейтральними або скептично налаштованими, що відображає обмеженість географії публічної дипломатії переважно Заходом. Досліджено роль діаспори чисельністю близько 7 мільйонів осіб як стратегічного

ресурсу публічної дипломатії: Північноамериканська діаспора є найбільш організованою та впливовою у лобіюванні проукраїнських рішень, тоді як Європейська діаспора після 2022 року суттєво зросла та активно інтегрується у місцеві суспільства. Підтверджено домінування цифрових каналів за охопленням аудиторії та незамінність культурної і освітньої дипломатії у роботі з елітними цільовими групами, що обґрунтовує необхідність збалансованого використання всього наявного інструментарію відповідно до специфіки цільових аудиторій та поставлених завдань.

У третьому розділі виявлено комплекс системних проблем, що обмежують ефективність публічної дипломатії України: інституційна фрагментація між відомствами без єдиного координатора з достатніми повноваженнями; хронічне недофінансування на рівні менше 0,05% ВВП; кадровий дефіцит через відсутність системи підготовки профільних фахівців; брак довгострокового стратегічного планування з вимірюваними показниками; домінування кризового контенту при нестачі наративів про культуру, економіку та інновації; географічна обмеженість переважно Заходом при слабкій присутності у регіонах Глобального Півдня. Розроблено рекомендації за шістьма пріоритетними напрямками: інституційна реформа через створення Агентства публічної дипломатії або наділення МЗС реальними координаційними повноваженнями; розробка Стратегії публічної дипломатії 2026-2030 з системою KPI та щорічним аудитом ефективності; формування кадрового потенціалу через магістерські програми та закордонні стипендії з подальшим відпрацюванням; розробка та просування національного бренду «Нова Україна» з трьома наративними осями; геополітична диверсифікація через нові представництва в Африці, Азії та Латинській Америці; розвиток цифрової дипломатії нового покоління з AI-інструментами та персоналізованою комунікацією. Обґрунтовано, що довгострокові інвестиції у культурну та освітню дипломатію є фундаментальним компонентом стратегії формування позитивного образу України, що виходить за межі воєнного контексту.

Встановлено, що публічна дипломатія є стратегічно центральним, а не допоміжним інструментом зовнішньої політики держави, безпосередньо визначальним для формування міжнародного іміджу та мобілізації ресурсів підтримки у конкурентному глобальному середовищі. Досвід України 2022-2025 років переконливо підтвердив: публічна дипломатія може бути вирішальним чинником у забезпеченні виживання держави, мобілізуючи безпрецедентну міжнародну коаліцію через апелювання до демократичних цінностей і переконливу особисту комунікацію лідерів. Доведено, що ефективна публічна дипломатія потребує системного підходу, який поєднує чітку стратегію, достатнє фінансування, підготовлені кадри та узгоджену роботу множини акторів, від дипломатичних місій до громадянського суспільства. Виявлено, що трансформація ситуативної воєнної підтримки у стійкий довгостроковий позитивний образ держави вимагає розширення тематики комунікацій за межі кризового контенту через формування наративів про культурне багатство, інноваційний потенціал та реформаторський шлях нової України. Обґрунтовано, що успіх майбутньої публічної дипломатії України визначально залежатиме від реальних досягнень у внутрішніх реформах, оскільки автентичний позитивний образ держави неможливо підтримувати виключно комунікаційними засобами без відповідних трансформацій у системі управління, економіці та суспільному житті. Перспективи подальших досліджень вбачаються у вивченні механізмів ефективності публічної дипломатії України в регіонах Глобального Півдня та розробці науково обґрунтованої системи показників для вимірювання результативності комунікаційних програм держави в умовах постконфліктного відновлення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 30 липня 2021 року «Про Стратегію зовнішньополітичної діяльності України» : Указ Президента України від 26 серп. 2021 р. № 448/2021. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/4482021-40017> (Дата звернення 09.02.2026).
2. Стратегія публічної дипломатії Міністерства закордонних справ України на 2021-2025 роки. Міністерство закордонних справ України : офіц. сайт. URL: <https://mfa.gov.ua/storage/app/sites/1/Strategy/public-diplomacy-strategy.pdf> (Дата звернення 09.02.2026).
3. Український інститут. Звіт про діяльність 2023. URL: <https://ui.org.ua/reports/> (Офіційний сайт інституції, що відповідає за культурну дипломатію). (Дата звернення 05.02.2026).
4. BRAND UKRAINE. Звіт «Сприйняття України у світі 2023». URL: <https://brandukraine.org.ua/> (Дата звернення 06.02.2026).
5. Діаспора як амбасадор: роль українських громад за кордоном у просуванні національних інтересів. *Національний інститут стратегічних досліджень*. URL: <https://niss.gov.ua/> (Дата звернення 07.02.2026).
6. Нає С. Дж. Майбутнє влади / пер. з англ. С. Комаренко. Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2014. 232 с.
7. Леонард М. Публічна дипломатія / пер. з англ. Київ : Логос, 2006. 160 с.
8. Почепцов Г. Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2017. 260 с.
9. Корнієвський О. А. Публічна дипломатія США : монографія. Київ : Видавництво Ліра-К, 2014. 476 с.

10. Чупрій Л. В. Публічна дипломатія як важливий інструмент м'якої сили України в умовах гібридної війни. *Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти*. 2023. Вип. 11. С. 104–116.
11. Коломієць О. В. Публічна дипломатія як інструмент протидії дезінформації: досвід України. *Стратегічні пріоритети*. 2021. № 3-4. С. 88–97.
12. Мельникова Л. Ф. Публічна дипломатія як інструмент «м'якої сили» держави. *Грані*. 2018. Т. 21. № 6. С. 98–104. URL: <https://grani.org.ua/index.php/journal/article/view/1225> (Дата звернення 08.02.2026).
13. Копійка В. В., Шинкаренко О. М. Публічна дипломатія : монографія. Київ : ДП «НВЦ «Пріоритети», 2016. 180 с.
14. Піпченко Н., Дарницький А. Публічна дипломатія України в умовах воєнного стану. *Actual Problems of International Relations*. 2024. Т. 1, № 160. С. 25-31. URL: <https://ir.library.knu.ua/handle/15071834/11300> (Дата звернення 09.02.2026).
15. Цифрова дипломатія України: стан та перспективи розвитку в умовах війни. Центр Разумкова. URL: <https://razumkov.org.ua/statti/tsyfrova-dyplomatiia-ukrainy> (Дата звернення 10.02.2026).
16. Долинна А., Опря І. Культурна дипломатія як інструмент формування позитивного іміджу України у світі. *Вісник факультету історії і міжнародних відносин : збірник наукових праць*. Вінниця, 2025. Вип. 23. С. 89-93. URL: <https://dspace.vspu.edu.ua/handle/123456789/15800> (Дата звернення 10.02.2026).
17. Гуменюк Б. І. Іміджмейкерство в державному управлінні : навч. посіб. Київ : НАДУ, 2011. 228 с.
18. Михайленко А. О. Формування іміджу України через стратегії публічної дипломатії України. *Соціально-політичні студії : наук. альм. : пр. молодих науковців*. Одеса, 2024. Вип. 8. С. 103-107. URL: <https://dspace.onu.edu.ua/handle/123456789/38582> (Дата звернення 10.02.2026).
19. Демченко Р. М. Захист прав людини і демократії як ключовий напрям безпекової дипломатії США та України. *Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Історія. Політологія*. 2025. Вип. 43. С. 83–95. URL:

<https://visnyk.mu.edu.ua/index.php/politologia/article/view/496> (Дата звернення 10.02.2026).

20. Пашковська І. М. Міжнародний імідж держави як стратегічний напрям зовнішньої політики. Гілея. 2015. Вип. 93. С. 354–358.

21. Губерський Л. В., Андрущенко В. П., Михальченко М. І. Культура. Ідеологія. Особистість: методолого-світоглядний аналіз. Київ : Знання України, 2009. 578 с.

22. Рошко С.М., Палінчак М.М. Дипломатичний протокол та етикет: Методичні вказівки до самостійної роботи для студентів 4-го курсу спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини» ДВНЗ «Ужгородський національний університет». Ужгород, 2025. 52 с. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/95c3a27e-d74c-4178-8943-ac70934f7ef1/content> (Дата звернення 11.02.2026).

23. Курбан О. В. Інформаційні війни у соціальних мережах. Київ : Вид-во ТОВ «ПанТот», 2016. 230 с.

24. Ілюк Т. Формування засад публічної дипломатії України. Геополітика України: історія і сучасність. 2023. № 2(31). 63–75. URL: <https://geopolitics-of-ukraine.uzhnu.edu.ua/article/view/295291> (Дата звернення 11.02.2026).

25. Галаган Л.М. Специфіка інформаційного забезпечення органів державної влади в Україні в контексті впровадження електронного урядування. URL: <http://conference.nbu.gov.ua/report/view/id/298> (дата звернення: 11.02.2026)

26. Шевченко О. В. Публічна дипломатія України: між внутрішніми викликами та зовнішніми можливостями. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2021. Вип. 148. С. 15–27.

27. Руднєва А. О., Мальована Ю. Г., Арсенюк М. С. Культурна дипломатія як інструмент формування іміджу України. Регіональні студії. 2024. № 37. URL: <https://regionalstudies.uzhnu.uz.ua/archive/37/13.pdf> (Дата звернення 12.02.2026).

28. Брицький Я. Ю. Публічна дипломатія в системі зовнішньої політики сучасної держави. Стратегічні пріоритети. 2016. № 2 (39). С. 62–68.

29. Дубов Д. В. Стратегічні комунікації: проблеми концептуалізації та практичної реалізації. Стратегічні пріоритети. 2016. № 2 (39). С. 9-23. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILE=&2_S21STR=sppol_2016_4_4 (Дата звернення 12.02.2026).

30. Тишков Д. С., Гаврилюк О. В. Публічна дипломатія : навч. посіб. Київ : ДАКККиМ, 2017. 200 с.

31. Павлюх М. В., Кушней С. Р. Публічна дипломатія як тренд у сучасних політичних відносинах: процеси трансформації. «Політичне життя» 2022 р. URL: https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=ru&user=uLk_mxoAAAAJ&citation_for_view=uLk_mxoAAAAJ:raTqNPD5sRQC (Дата звернення 13.02.2026).

32. Денисенко В. М. Культурна дипломатія України в умовах російської агресії: ціннісний вимір. *Вісник Львівського університету. Серія філософсько-політологічні студії*. 2022. Вип. 40. С. 142–149.

33. Мірошніченко Т., Писаревський М., Бабічев А., Внуков І. Роль публічної дипломатії у формуванні міжнародного іміджу держави. *GRAIL Science Journal*. 2025. URL: https://www.researchgate.net/publication/390281634_ROL_PUBLICNOI_DIPLOMATII_U_FORMUVANNA_MIZNARODNOGO_IMIDZU_DERZAVI (Дата звернення 14.02.2026).

34. Краснопольська Т.М., Милосердна І.М. Цифрова дипломатія як основа нової публічної дипломатії. Актуальні проблеми політики. 2022. Випуск 69. URL: <https://dspace.onua.edu.ua/items/c1de523d-6631-440a-ab01-86d77a65e5c4> (Дата звернення 14.02.2026).

35. Турчин Я. Б., Дорош Л. О. Роль української діаспори у просуванні національних інтересів України на міжнародній арені. *Гуманітарні візії*. 2021. Т. 7. № 1. С. 13–20.

36. Волик В. Публічна дипломатія як інструмент «м'якої сили» зовнішньої політики держави. Міжнародні зв'язки України: наукові пошуки і знахідки. 2013. Вип. 22. С. 66–78.

37. Розумна О. П. Культурна дипломатія України: стан, проблеми, перспективи. *Аналітична записка НИСД*. 2020. URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/kultura/kulturna-dyplomatiya-ukrainy-stan-problemy-perspektyvy> (Дата звернення 15.02.2026).

38. Макаренко Є. А. Соціальні медіа в публічній дипломатії: стратегії та інструменти. Політикус. 2019. Вип. 5. С. 101–106.

39. The Soft Power 30. A Global Ranking of Soft Power. Portland Communications (Для порівняльного аналізу іміджу). URL: <https://softpower30.com/> (Дата звернення 12.02.2026).

40. Глобальний індекс м'якої сили 2024 (Global Soft Power Index). Brand Finance. URL: <https://brandirectory.com/softpower/> (Дата звернення 16.02.2026).

41. Юрченко О.А. Публічна дипломатія як форма міжнародних комунікацій, її роль у формуванні іміджу України. економіка та суспільство, Випуск # 64 / 2024. URL: <https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/49569/>? (Дата звернення 17.02.2026).

42. Павленко Л. О. Публічна дипломатія як елемент стратегічних комунікацій України. Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2020. № 1 (41). С. 105–110.

43. Гудько І.І. Публічна дипломатія в умовах глобальних викликів. Економічний факультет Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки. Луцьк, 2025. 78 с. URL: https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/.../Hudko_2025.pdf (Дата звернення 18.02.2026).

44. Третяк О. А. Нові форми та інструменти публічної дипломатії в сучасному світі. Актуальні проблеми міжнародних відносин. 2018. Вип. 136 (1). С. 75–85.

45. Сухорольська І. Ю. Вплив громадської дипломатії на процес демократизації в Україні. Наукові записки НаУКМА. Політичні науки. 2015. Т. 173. С. 34–41. URL:

http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=NaUKMAp_2015_173_10 (Дата звернення 18.02.2026).

46. Корнієвський О. А. Публічна дипломатія в структурі зовнішньої політики держави. Актуальні проблеми міжнародних відносин. 2014. Вип. 121 (1). С. 5–13.

47. Кулик В. М. Український дискурс публічної дипломатії. Магістеріум. Політичні студії. 2015. Вип. 58. С. 5–10.

48. Кукалець О. Є. Публічна дипломатія в теорії міжнародних відносин. Наукові записки студентів та аспірантів. Серія «Міжнародні відносини». 2020. Вип. 5. С. 141–147. URL: <https://eprints.oa.edu.ua/id/eprint/8273/1/17.pdf> (Дата звернення 19.02.2026).

49. Grigorchuk T., Krysko V. The impact of public diplomacy on the international image of Ukraine in the context of modern challenges. Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т». Харків, 2024. С. 97-100. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/87960> (Дата звернення 20.02.2026).

50. Качинська Н. М. «М'яка сила» як інструмент зовнішньої політики держави. Науковий вісник Дипломатичної академії України. 2014. Вип. 21. С. 13–18.

51. Лепська Н. В., Ясьмо О. В. Публічна дипломатія як інструмент міжнародної співпраці та зміцнення зовнішньополітичного іміджу України. Політичні науки. 2024. № 2(4). URL: <https://journalsofznu.zp.ua/index.php/political/article/download/4380/4175> (Дата звернення 20.02.2026).

52. Ємець В. Публічна дипломатія як інструмент формування іміджу України в умовах повномасштабної війни. Вісник Львівського університету. Серія філософсько-політологічні студії. 2023. Вип. 46. С. 291–296. URL: https://fps-visnyk.lnu.lviv.ua/archive/46_2023/36.pdf (Дата звернення 26.02.2026).

53. Дмитрук О. В. Публічна дипломатія як інструмент просування національних інтересів в контексті європейської інтеграції України. Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». Серія: Політологія. 2017. № 2 (33). С. 218–229.

54. Кіпень В. П. Стратегічні комунікації в контексті протидії гібридним загрозам: досвід НАТО для України. Стратегічні пріоритети. 2018. № 1 (46). С. 75–83.

55. Медвідь Ф. М. Публічна дипломатія Великої Британії : монографія. Ужгород : Видавництво УжНУ «Говерла», 2018. 408 с.

56. Сагайдак О. П. Дипломатичний протокол та етикет : навч. посіб. Київ : Знання, 2006. 380 с.

57. Банчук-Петросова О. В., Кравченко О. В., Бабіна В. О. Публічна дипломатія як інструмент «м'якої сили» у формуванні міжнародного іміджу держави. Серія: Історія. Політологія. 2025. № 43. С. 55–68. URL: <https://visnyk.mu.edu.ua/index.php/politologia/article/view/494> (Дата звернення 28.02.2026).

58. Задорожня Г. В. Культурна дипломатія як складова зовнішньої політики держави. Актуальні проблеми міжнародних відносин. 2017. Вип. 131 (1). С. 59–68.

59. Лакішик Д. М. Сучасні підходи до розуміння публічної дипломатії. Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку. 2013. Вип. 25. С. 101–106.

60. Гавриленко І.І. Особливості здійснення публічної та культурної дипломатії США (European Historical Studies, 2016). URL: <http://eustudies.history.knu.ua/wp-content/uploads/2016/09/Gavrylenko-I..pdf> (Дата звернення 28.02.2026).