

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЮРІЯ ФЕДЬКОВИЧА**

**Факультет історії, політології та міжнародних відносин
Кафедра міжнародних відносин та суспільних комунікацій**

**РОЛЬ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ В МІЖНАРОДНИХ
ВІДНОСИНАХ**

Кваліфікаційна робота

Рівень вищої освіти – другий (магістерський)

Виконала:

студентка 6 курсу, 623 групи

Урма Анна Іванівна

Керівник:

доктор політичних наук,

доцент **Макар В. Ю.**

*До захисту допущено
на засіданні кафедри
протокол № _____ від _____ 2025 р.
Зав. кафедрою _____ доц. Макар В.Ю.*

Чернівці – 2025

Анотація

У кваліфікаційній роботі розкривається актуальна проблема розвитку публічної дипломатії в сучасних міжнародних відносинах та шляхи підвищення її ефективності. Досліджуються основні аспекти трансформації інструментів «м'якої сили», зокрема публічної, культурної та цифрової дипломатії, їхній вплив на міжнародний імідж держав, формування громадської думки та забезпечення національних інтересів. Крім того, робота висвітлює можливі рекомендації та кроки щодо удосконалення інструментів публічної дипломатії та забезпечення більш результативної міжнародної комунікації.

Ключові слова: публічна дипломатія, м'яка сила, культурна дипломатія, цифрова дипломатія, міжнародний імідж, міжнародні відносини, комунікація.

Summary

The qualification work reveals the current problem of the development of public diplomacy in modern international relations and the ways to enhance its effectiveness. It examines the transformation of “soft power” instruments, including public, cultural, and digital diplomacy, as well as their impact on the international image of states, public opinion, and national interests. In addition, the work highlights possible recommendations and steps to improve public diplomacy tools and ensure more effective international communication.

Keywords: public diplomacy, soft power, cultural diplomacy, digital diplomacy, international image, international relations, communication.

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів наукових досліджень інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

_____ **Урма А.І.**

(підпис)

Заява

(Студентка) _____

Номер студентської книжки: _____

Я заявляю, що наукова робота:

Була підготовлена виключно мною, * і:

А. Не порушує авторські права третіх осіб у відповідність із законом про авторське право.

Б. Повністю або частково була використана в якості основи для отримання диплому про вищу освіту або наукового ступеня мною чи іншою особою.

1) Крім того, я заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи збігається з друкованою.

Даною заявою я підтверджую, що була проінформована про права та обов'язки студентки Університету, про правила, що стосуються перевірки оригінальності наукових робіт. Тому я заявляю, що я згідна на обробку моїх письмових робіт у відповідності з антиплагіатними процедурами Університету, а також на архівування цих робіт в базі даних інтернет системи Turnitin Similarity згідно з антиплагіатними правилами і процедурами Університету.

Я також свідомо того, що у випадку, якщо робота написана мною, за рішенням Комісії університету буде містити факти, які суперечать умовам зазначеним у цій заяві, або, якщо коефіцієнти виходять за межі гранично допустимих норм (згідно Додатку 2), робота буде повернута на доопрацювання.

Дата

Підпис

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1..... ТЕОРЕТИКО-КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ В МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИНАХ.....	9
1.1. Сутність та еволюція публічної дипломатії.....	9
1.2. Основні суб'єкти та інструменти публічної дипломатії.....	20
1.3. Соціологічний, комунікативний та маркетинговий виміри публічної дипломатії.....	27
Висновки до розділу 1.....	34
РОЗДІЛ 2.. РОЛЬ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ У СУЧАСНИХ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИНАХ.....	35
2.1. Вплив публічної дипломатії на формування міжнародного іміджу та забезпечення національної безпеки держави.....	35
2.2. Використання м'якої сили та культурної дипломатії.....	41
2.3. Цифрова дипломатія як сучасний інструмент міжнародної комунікації.....	50
Висновки до розділу 2.....	60
РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ НА ПРИКЛАДІ КРАЇН СВІТУ.....	61
3.1. Досвід США у використанні публічної дипломатії.....	61
3.2. Публічна дипломатія Європейського Союзу та її особливості.....	70
3.3. Аналіз ефективності публічної дипломатії України.....	80
Висновки до розділу 3.....	91
ВИСНОВКИ.....	92
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	95
ДОДАТКИ.....	106
SUMMARY.....	107

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасних міжнародних відносинах дедалі більшої ваги набувають не лише традиційні форми дипломатії, пов'язані з офіційними переговорами та політичними угодами, а й так звані інструменти «м'якої сили» – публічна дипломатія, культурна дипломатія, цифрові комунікації. У контексті глобалізації, поширення інформаційних технологій та зростання ролі соціальних мереж публічна дипломатія стала потужним засобом впливу на громадську думку, формування позитивного іміджу держави та забезпечення національної безпеки. Особливо це актуально в умовах сучасних конфліктів, де інформаційний простір є одним із ключових полів боротьби.

Сучасні тенденції розвитку публічної дипломатії свідчать про її трансформацію – від традиційних заходів культурного обміну до активного використання цифрових платформ, що дозволяють державам комунікувати з міжнародною аудиторією у режимі реального часу. Це зумовлює нові виклики та можливості, які потребують теоретичного осмислення та практичного аналізу. Актуальність дослідження полягає у зростаючій ролі публічної дипломатії як ключового інструменту у міжнародних відносинах сучасності. У контексті посилення глобалізаційних процесів, поширення інформаційних технологій і цифрових медіа, публічна дипломатія стає важливим механізмом формування позитивного міжнародного іміджу держав, впливу на світову громадську думку та забезпечення національних інтересів у глобальному інформаційному просторі. Особливої ваги ця тема набуває в умовах нових викликів і конфліктів, де ефективна комунікація з міжнародною аудиторією виступає одним із визначальних факторів успіху державної політики.

Аналіз досліджень і публікацій. Дослідження технологій публічної дипломатії як інструмента «м'якої сили» задля підвищення привабливості держави перебуває у фокусі уваги багатьох українських науковців. Зокрема, потрібно виокремити праці: М. Авдеєва [1], Н. Земзюліна [18], М. Захарченко [18], Ю. Мателешко [28], Т. Нагорняк [33], К. Савон [43], О. Сегеда [44], Ю.

Тарасюк і Г. Шаглі [49], О. й А. Ткачі, М. Трофименко [51], Л. Чекаленко [52] й інші.

Метою дослідження магістерської роботи є комплексне вивчення ролі публічної дипломатії в сучасних міжнародних відносинах, аналіз її теоретичних засад, основних інструментів та суб'єктів, а також оцінка ефективності застосування публічної дипломатії у формуванні міжнародного іміджу держав на прикладі провідних країн світу.

Завдання дослідження:

- проаналізувати сутність, еволюцію та основні суб'єкти публічної дипломатії;
- розкрити інструменти публічної дипломатії, а також соціологічні, комунікативні та маркетингові виміри цього феномену;
- виявити закономірності розвитку публічної дипломатії у контексті сучасних міжнародних відносин;
- дослідити особливості впливу публічної дипломатії на формування міжнародного іміджу держав та забезпечення національної безпеки;
- встановити роль м'якої сили та культурної дипломатії у системі публічної дипломатії;
- описати сучасні тенденції використання цифрової дипломатії як інструменту міжнародної комунікації;
- класифікувати основні підходи та методи публічної дипломатії, що застосовуються провідними країнами світу;
- провести аналіз ефективності публічної дипломатії на прикладі досвіду США, Європейського Союзу та України;
- виявити можливості та перспективи розвитку публічної дипломатії в умовах трансформації міжнародної комунікації.

Об'єктом дослідження є публічна дипломатія як комплексна система комунікації та впливу у сучасних міжнародних відносинах.

Предметом дослідження є теоретико-концептуальні засади, інструменти, суб'єкти та практики застосування публічної дипломатії, а також її роль і

ефективність у формуванні міжнародного іміджу держав і забезпеченні національної безпеки.

У роботі використано **методи дослідження**, застосовано методи аналізу та синтезу для кращого розуміння теоретичних основ публічної дипломатії. За допомогою порівняльного методу було проведено зіставлення досвіду різних країн у цій сфері. Також використано контент-аналіз офіційних документів, публікацій та матеріалів цифрових медіа, щоб вивчити сучасні тенденції публічної дипломатії. Структурно-функціональний аналіз допоміг виявити роль і функції основних суб'єктів та інструментів публічної дипломатії. Крім того, проведено експертний аналіз для оцінки ефективності практичного застосування публічної дипломатії в різних країнах. Нарешті, за допомогою каузального аналізу встановлено причинно-наслідкові зв'язки в розвитку публічної дипломатії.

Наукова значущість дослідження полягає в тому, що проведено всебічний теоретико-концептуальний аналіз публічної дипломатії як важливого інструменту міжнародних відносин. Робота сприяє поглибленню розуміння сутності, механізмів та сучасних тенденцій розвитку публічної дипломатії, а також розкриває її роль у формуванні міжнародного іміджу держав.

Практична значущість дослідження полягає у можливості використання отриманих висновків та рекомендацій для підвищення ефективності публічної дипломатії на рівні державної політики. Результати роботи можуть бути корисними для дипломатичних установ, урядових органів, а також спеціалістів з міжнародних відносин при розробці стратегій та програм у сфері м'якої сили, культурної дипломатії та цифрових комунікацій.

У першому розділі дослідження проведено теоретико-концептуальний аналіз публічної дипломатії, висвітлено її сутність, основних суб'єктів і сучасні інструменти, а також досліджено соціологічні, комунікативні та маркетингові аспекти цього феномену.

Другий розділ зосереджено на ролі публічної дипломатії у формуванні міжнародного іміджу держав, розгляді застосування м'якої сили та культурної

дипломатії, а також впровадженні цифрових технологій як сучасних методів комунікації.

У третьому розділі проаналізовано актуальність публічної дипломатії на прикладі досвіду провідних країн світу – США, Європейського Союзу та України.

Структура кваліфікаційної роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків, списку використаних джерел (106 найменувань), 1 додатку, 16 таблиць, 10 рисунків. Загальний обсяг кваліфікаційної роботи становить 104 сторінок (основного тексту – 94).

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ В МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИНАХ

1.1. Сутність та еволюція публічної дипломатії

У ХХІ столітті публічна дипломатія стала ключовим інструментом зовнішньополітичної діяльності держав, особливо в умовах глобалізації та інформаційного суспільства. Її сутність полягає у комунікації з іноземною аудиторією з метою формування позитивного іміджу країни, просування національних інтересів та забезпечення стратегічних цілей через вплив на громадську думку за кордоном. На відміну від традиційної дипломатії, яка орієнтована переважно на міждержавні контакти, публічна дипломатія здійснює вплив на маси – громадян, медіа, експертів, громадські організації інших країн.

Задля повного розуміння сутності публічної дипломатії необхідно розглянути її витoki, етапи становлення як наукової та практичної категорії, а також визначити її відмінні риси у порівнянні з іншими формами міжнародної комунікації.

Поняття «публічна дипломатія» є відносно новим у науковому дискурсі, однак воно стрімко набуло актуальності в умовах глобалізації та зростання ролі масових комунікацій у міжнародних відносинах. Термін уперше був вжитий ще в 1965 році Едмундом Галліоном (Edmund Gullion), який зазначав, що публічна дипломатія – це інструмент зовнішньої політики, спрямований на вплив на іноземну громадськість з метою формування сприятливого іміджу держави [81, с. 8].

Одним із найвпливовіших теоретиків публічної дипломатії є Джозеф Най (Joseph Nye), який пов'язує її з концепцією «м'якої сили» (soft power). За його визначенням, публічна дипломатія – це засіб впливу на іноземну аудиторію через привабливість культури, політичних ідеалів та політики держави, на

відміну від примусу або матеріальної вигоди [86, с. 16]. Таким чином, публічна дипломатія є головним механізмом реалізації м'якої сили на практиці.

Інший дослідник, Ніколас Калл (Nicholas Cull), у своїх працях пропонує комплексне визначення публічної дипломатії як сукупності практик, за допомогою яких уряд країни взаємодіє з зарубіжними аудиторіями задля досягнення зовнішньополітичних цілей. Він виділяє кілька основних напрямів публічної дипломатії: слухання (listening), адвокація (advocacy), культурна дипломатія, обмін (exchange diplomacy), міжнародне мовлення (international broadcasting) [65, с. 21].

Суттєвий внесок у дослідження проблематики публічної дипломатії зробив ізраїльський вчений Ейтан Гілбоа (Eytan Gilboa). Він визначає публічну дипломатію як стратегічну взаємодію урядів з громадською думкою іноземних держав з метою формування позитивного ставлення до себе, просування своїх інтересів та впливу на політичне середовище прийняття рішень у цих країнах [72, с. 58].

Грем Алісон (Graham T. Allison) акцентує на «стратегічному використанні інформації та культурного обміну для просування національних інтересів» [59, с. 34].

Українські науковці також активно розвивають теоретичну базу публічної дипломатії. Так, Т. Сидорова розглядає публічну дипломатію як форму міжнародного впливу, яка базується на довготривалому налагодженні контактів з іноземною аудиторією через культурні, освітні, інформаційні програми та міжособистісні комунікації [45, с. 112]. На думку Л. М. Гарасим, публічна дипломатія – це інструмент формування позитивного міжнародного іміджу держави, який активно використовується у контексті інтеграційних процесів та протидії гібридним загрозам [12, с. 54]. О. Потійко наголошує, що публічна дипломатія – це «система заходів, спрямованих на побудову довіри до держави через відкритий діалог із зарубіжними аудиторіями» [39, с. 89]. М. Міхальченко визначає її як «механізм формування позитивного іміджу країни

шляхом поширення об'єктивної інформації та культурних цінностей» [32, с. 112].

У таблиці 1.1 систематизовано основні ознаки публічної дипломатії на основі аналізованих джерел.

Таблиця 1.1

Основні ознаки публічної дипломатії

Характеристика	Пояснення
Комунікативність	Діалог із громадськістю, а не одностороння пропаганда.
Орієнтація на «м'яку силу»	Використання культури, освіти, медіа для непрямого впливу.
Інтерактивність	Взаємодія через соцмережі, культурні обміни, міжнародні програми.
Прозорість	Відкритість інформації для запобігання маніпуляціям.

Публічна дипломатія еволюціонувала від односторонньої пропаганди до складної системи комунікації, де ключову роль відіграють довіра та взаємодія. Її сучасні форми (наприклад, цифрова дипломатія) потребують гнучкості та адаптації до технологічних викликів.

Загалом, аналіз наукових джерел дозволяє виокремити ключові характеристики публічної дипломатії: цілеспрямованість, стратегічність, взаємодія з іноземною аудиторією, пріоритет «м'якого» впливу над прямим примусом. Публічна дипломатія передбачає тривалий вплив на суспільну думку, що формується не шляхом прямих наказів чи політичного тиску, а через побудову позитивного іміджу, просування культурних, освітніх, політичних і ціннісних наративів, які є привабливими для зовнішньої аудиторії.

Крім того, важливою рисою сучасної публічної дипломатії є її адаптивність до нових інформаційних викликів – цифровізації комунікацій, зростання ролі соціальних мереж, нових платформ візуального впливу, глобальної конкуренції за увагу. Публічна дипломатія дедалі більше спирається на аналітичні дослідження громадської думки, оцінку ефективності меседжів, використання маркетингових підходів до комунікації.

Таким чином, публічна дипломатія трансформувалась у багатовекторну систему зовнішньополітичної комунікації, що інтегрує політичні, соціокультурні, інформаційні та освітні компоненти. Вона стала потужним елементом зовнішньої політики, який адаптується до нових інформаційних викликів та змін у структурі глобальної комунікації (див. рис. 1.1).



Рис.1.1. Ключові характеристики публічної дипломатії

Для глибшого розуміння сутності публічної дипломатії важливо провести чітке розмежування між нею, традиційною дипломатією, пропагандою та міжнародними комунікаціями. Публічна дипломатія, на відміну від класичної дипломатії, не орієнтована виключно на взаємодію між офіційними представниками держав. Її цільовою аудиторією виступає широка громадськість за кордоном, а інструментами – канали комунікації, що дозволяють формувати позитивний імідж держави та впливати на громадську думку іноземного суспільства.

Як зазначає американський дослідник Ніколас Калл (Nicholas J. Cull), ключовою відмінністю публічної дипломатії є її націленість на побудову довготривалих відносин із зовнішньою аудиторією, а не на закриті перемовини між дипломатами [65, с. 22]. Він наголошує, що традиційна дипломатія залишається інструментом міждержавної комунікації, тоді як публічна

дипломатія покликана діяти у відкритому інформаційному просторі та взаємодіяти з широкими масами.

Принциповим є також відмежування публічної дипломатії від пропаганди. Якщо остання передбачає нав'язування певної позиції або ідеології, часто з використанням маніпулятивних методів, то публічна дипломатія базується на відкритості, чесності та достовірності інформації. Як підкреслює Ілан Манор (Ilan Manor), пропаганда – це комунікація без діалогу, тоді як публічна дипломатія передбачає двосторонню комунікацію і розвиток взаєморозуміння [78, с. 109].

Українська дослідниця О. О. Василенко також наголошує, що публічна дипломатія не є синонімом пропаганди, оскільки її головною метою є не маніпуляція, а створення довіри через комунікацію, засновану на взаємному обміні інформацією та культурних цінностей [7, с. 56].

Щодо міжнародних комунікацій, то ці поняття хоч і перетинаються функціонально, все ж мають різну природу. Міжнародні комунікації – це ширше поняття, яке охоплює всі форми передачі інформації через національні кордони, включаючи комерційні медіа, міжособистісне спілкування та цифрові платформи. У цьому контексті публічна дипломатія постає як цілеспрямована діяльність держави або організації з формування сприятливого зовнішнього середовища шляхом залучення механізмів міжнародної комунікації. Як зазначає Джон Робертсон, публічна дипломатія є лише однією з форм міжнародних комунікацій, але вона має чітко виражену політичну мету [92, с. 74].

Отже, розмежування понять дозволяє чітко визначити функціональні межі публічної дипломатії як інструмента «м'якої сили», що орієнтований на діалог, довіру та довгострокове партнерство із зовнішньою аудиторією.

Для розуміння повного функціонального потенціалу публічної дипломатії важливо проаналізувати її ключові складові (табл.1.2). Кожна з них виконує окрему, але взаємопов'язану роль у формуванні позитивного іміджу держави за кордоном та налагодженні міжкультурного діалогу.

Таблиця 1.2

Основні складові публічної дипломатії

Складова	Зміст та функції	Приклади реалізації
Інформаційна дипломатія	Передача іноземній аудиторії достовірної інформації про політику, цінності та досягнення держави з метою впливу на громадську думку.	Прес-релізи, державні ЗМІ, брифінги посольств, сторінки МЗС у соцмережах.
Культурна дипломатія	Використання культури як засобу встановлення взаєморозуміння між народами. Сприяє налагодженню довгострокових гуманітарних зв'язків.	Проведення фестивалів, обмін художніми колективами, виставки.
Академічна дипломатія	Розширення академічних контактів, підтримка наукового обміну, стипендій, спільних досліджень, що зміцнює імідж держави як інтелектуального партнера.	Програми Fulbright, Erasmus+, міжвишівське співробітництво.
Цифрова дипломатія	Використання цифрових технологій та соціальних мереж для безпосередньої комунікації з іноземною аудиторією в режимі реального часу.	Twitter-активність дипломатів, digital-кампанії МЗС, онлайн-івенти.
Діаспорна дипломатія	Залучення діаспори до просування інтересів держави за кордоном, формування позитивного образу Батьківщини в країнах проживання.	Діаспорні форуми, підтримка громадських об'єднань українців за кордоном.
Економічна публічна дипломатія	Просування економічного потенціалу країни через дипломатичні канали, участь у ярмарках, інвестфорумах, просування бренду країни.	Кампанії "Ukraine Now", участь у світових виставках (EXPO).

Отже, складові публічної дипломатії демонструють її багатокомпонентність і стратегічну гнучкість. Усі ці елементи, діючи у взаємозв'язку, дозволяють державі ефективно комунікувати з міжнародною аудиторією, поширювати свої цінності та досягати зовнішньополітичних цілей без застосування сили. Такий підхід актуалізує публічну дипломатію як важливий інструмент впливу у сучасній системі міжнародних відносин.

Публічна дипломатія виконує низку ключових функцій, які забезпечують її ефективність як інструмента зовнішньої політики. Основними серед них є: комунікація з іноземною аудиторією, вплив на громадську думку та побудова

довіри. Завдяки цим функціям публічна дипломатія сприяє не лише формуванню позитивного іміджу держави, але й зміцненню її позицій на міжнародній арені без застосування примусу.

На думку американського науковця Ніколаса Калла (Nicholas J. Cull), публічна дипломатія передбачає не просто односторонню передачу інформації, а двосторонню комунікацію, яка враховує інтереси та сприйняття іноземної аудиторії [72, с. 19]. Такий підхід дозволяє не тільки інформувати, а й створювати підґрунтя для взаєморозуміння.

Ейтан Гілбоа (Eytan Gilboa) зазначає, що вплив на громадську думку є центральною метою публічної дипломатії, адже саме від настроїв та уявлень громадян інших країн часто залежить успішність міжнародної політики держави [65, с. 18]. Через різноманітні канали – медіа, освітні та культурні програми – країни можуть формувати сприятливе ставлення до себе.

Вітчизняна дослідниця О. В. Пархоменко підкреслює, що ще однією визначальною функцією публічної дипломатії є побудова довіри, яка базується на відкритості, послідовності й достовірності поданої інформації [35, с. 27]. Довіра до держави як надійного партнера відкриває нові можливості для співпраці в різних сферах – від економіки до безпеки.



Рис.1.2. Функції публічної дипломатії

Таким чином, функціональне наповнення публічної дипломатії свідчить про її стратегічний потенціал. Вона не лише забезпечує ефективну зовнішньополітичну комунікацію, а й формує ціннісну основу довгострокових міжнародних відносин на засадах довіри та взаєморозуміння.

Публічна дипломатія як інструмент міжнародного впливу пройшла низку етапів, кожен з яких пов'язаний із політичними та технологічними змінами. Її еволюція відображає трансформацію комунікаційних стратегій держав у відповідь на виклики часу. у таблиці 1.3 систематизовано ключові періоди та їх характерні риси.

Таблиця 1.3

Основні етапи розвитку публічної дипломатії

Період	Події та інструменти	Значення
Зародження (початок XX ст.)	Створення Комітету з громадської інформації США (1917) для впливу на громадську думку під час Першої світової війни.	Перші організовані спроби державного інформування іноземних аудиторій.
Холодна війна	Радіостанції («Голос Америки», «Свобода»). Культурні обміни (джазові тури Луї Армстронга, виставки мистецтва).	Використання «м'якої сили» для протидії пропаганді та розширення ідеологічного впливу.
Після 1991 року	Розвиток цифрових технологій (інтернет, електронні ЗМІ). Створення спеціалізованих агентств (наприклад, <i>British Council</i>).	Перехід до глобалізованих комунікаційних мереж.
Сучасність (XXI ст.)	Кібердипломатія (Twitter-дипломатія, віртуальні посольства). Участь інфлюенсерів у міжнародній комунікації.	Інтерактивність, швидкість реакції та персоналізація повідомлень.

Після завершення біполярного протистояння та розпаду СРСР міжнародна система зазнала суттєвих трансформацій, які безпосередньо вплинули на характер і функціонування публічної дипломатії. У 1990-х роках відбулася переорієнтація з ідеологічного протистояння на глобальні виклики, що вимагали гнучкіших форм міждержавної взаємодії. У нових умовах інформаційна відкритість та необхідність боротьби за позитивний імідж стали ключовими пріоритетами зовнішньої політики багатьох країн. Як зазначає американський дослідник Б. Гілл (B. Hocking), публічна дипломатія у постбіполярний період «перетворилась на форму стратегічної комунікації,

орієнтовану на довгострокову підтримку міжнародної репутації держави» [73, с. 11].

Одним з головних чинників змін стало зростання ролі міжнародної громадської думки, яка в умовах демократизації глобального простору почала виступати вагомим чинником легітимації зовнішньої політики. Держави, зокрема США, Велика Британія, Німеччина, дедалі активніше почали інвестувати у формування міжнародного іміджу через культурні програми, академічні обміни, транснаціональні ЗМІ та брендинг національної ідентичності. На думку Ніколаса Калла, публічна дипломатія початку XXI століття отримала «нове життя» завдяки переходу від одностороннього інформування до взаємодії та слухання аудиторії [65, с. 17].

Початок XXI століття ознаменувався переходом публічної дипломатії до нового – цифрового – етапу розвитку. Глобальна мережевість, поява соціальних медіа, цифровізація комунікаційної інфраструктури відкрили безпрецедентні можливості для прямої взаємодії з іноземними аудиторіями. Як зауважує К. Мелісон (Caitlin Melissen), «цифрова дипломатія стала не просто інструментом, а платформою для побудови динамічних міжнародних зв'язків» [80, с. 92]. Держави почали активно використовувати Twitter, Facebook, YouTube та інші платформи для просування своїх інтересів, боротьби з дезінформацією, реагування на кризові ситуації та формування власних наративів.

У сучасних умовах цифрова публічна дипломатія виконує не лише функцію комунікації, а й аналітики. Наприклад, урядові установи США (як-от Держдепартамент) створили спеціальні підрозділи цифрової аналітики, які моніторять громадські настрої в різних країнах, вивчають тенденції в соцмережах і оперативно реагують на негативні інформаційні кампанії. Україна, зокрема, після початку повномасштабного вторгнення РФ у 2022 році, теж активно використовує цифрові платформи для публічної дипломатії: прикладом є Twitter-акаунт МЗС України, креативні інформаційні кампанії типу #russiaisaterroriststate або залучення українських культурних діячів до міжнародних форумів та прямих ефірів на глобальних платформах.

Таким чином, сучасний етап розвитку публічної дипломатії характеризується гнучкістю, інтерактивністю та глибокою інтегрованістю в цифрове середовище. Це вже не лише політична риторика, а комплексна система управління міжнародним іміджем, в якій кожен громадянин потенційно може стати дипломатом своєї держави. Історичний аналіз показує, що публічна дипломатія перетворилася з односторонньої пропаганди на багаторівневу систему діалогу.

Щоб дослідити розвиток основних концепцій публічної дипломатії, варто звернутися до різних геополітичних контекстів, у межах яких формувалися школи публічної дипломатії – американська, європейська та азійська. Вони різняться як історичними передумовами, так і практичними підходами до реалізації м'якої сили. У науковій літературі це розмежування подається як результат культурних, політичних і стратегічних відмінностей у зовнішньополітичних традиціях різних регіонів [81, с. 10–15].

Таблиця 1.4

Основні школи публічної дипломатії

(на основі: *Melissen J. The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations. Palgrave Macmillan, 2005*)

Школа	Характеристика	Особливості реалізації
Американська	Орієнтована на м'яку силу, розроблену Дж. Найом. Визнає публічну дипломатію як частину національної безпеки та інструмент легітимації дій США.	Активне використання культурної дипломатії, міжнародного мовлення (Voice of America), освітніх програм (Fulbright), цифрової присутності (Digital Diplomacy).
Європейська	Наголос на мультикультурності, двосторонньому діалозі та партнерстві. Менше централізованої координації.	Відкрита дипломатія, фокус на обміні досвідом, культурному діалозі (Goethe-Institut, British Council, Alliance Française).
Азійська	Поєднання традиційної етики, авторитарних елементів і прагматизму. Сильна державна підтримка.	Китай: "Going out policy", Confucius Institutes; Японія: "Cool Japan"; Південна Корея: популяризація K-culture.

Публічна дипломатія також розвивалась у рамках провідних теоретичних підходів міжнародних відносин, кожен з яких по-різному інтерпретує її цілі, механізми та ефективність.

Теоретичні підходи:

1. Неолібералізм, – зокрема у працях Дж. Найа (Joseph Nye), розглядає публічну дипломатію як ключовий компонент м'якої сили держави – здатності досягати бажаного через привабливість, а не через примус [86, 2004, с. 11]. Вплив через комунікацію, освіту, культурний обмін та імідж нації розглядається як важливий інструмент зовнішньої політики. Неоліберали підкреслюють значення інституцій, норм і взаємозалежності у формуванні міжнародного порядку.

2. Конструктивізм акцентує увагу на ролі ідентичностей, цінностей, дискурсу й соціального контексту. Публічна дипломатія в такому випадку – це процес конструювання наративів і значень, який формує міжнародну реальність. Наприклад, Олександр Вендт (Alexander Wendt) стверджує, що структура міжнародних відносин є продуктом ідей і міжсуб'єктивного розуміння [106, с. 251]. У цьому контексті публічна дипломатія виступає не просто інструментом, а способом формування образу держави та її місця у світі.

3. Комунікативна теорія. Публічна дипломатія розглядається як форма стратегічної комунікації, в якій важливим є не лише зміст повідомлень, а й участь аудиторії у діалозі. Такий підхід підтримують, зокрема, Ніколас Калл та Ян Мельссен, які підкреслюють, що сучасна публічна дипломатія переходить від монологу до діалогу та слухання [65, с. 19; 81, с. 23]. Комунікація стає більш горизонтальною, а держави більше залежать від здатності реагувати на потреби, запити та очікування іноземної публіки.

Безсумнівно, що розвиток концепцій публічної дипломатії – це складний багаторівневий процес, що базується на специфіці регіональних шкіл, а також на теоретичних підходах до розуміння міжнародних відносин. Кожен підхід додає глибини до розуміння того, як і навіщо держави комунікують зі світом, формуючи позитивний імідж і забезпечуючи підтримку своїм діям.

Отже, публічна дипломатія в сучасних міжнародних відносинах постає як важливий інструмент ненасильницького впливу, що дозволяє державам формувати сприятливий міжнародний імідж, налагоджувати комунікацію з іноземною аудиторією та просувати власні інтереси через переконання, а не примус. Вона відзначається стратегічністю, цілеспрямованістю, пріоритетом «м'якої сили» над тиском, а також активною взаємодією з громадською думкою за кордоном.

Значення публічної дипломатії суттєво зросло у контексті цифровізації та глобалізації комунікаційних процесів. Вона стала невіддільною частиною стратегічних комунікацій держави, впливаючи на міжнародне сприйняття, зміцнюючи довіру до країни та сприяючи її безпеці в умовах гібридних загроз.

У цьому контексті важливо проаналізувати основних суб'єктів та інструменти публічної дипломатії, які забезпечують реалізацію її завдань у міжнародному просторі.

1.2. Основні суб'єкти та інструменти публічної дипломатії

У сучасному глобалізованому світі публічна дипломатія перестала бути виключною сферою діяльності лише традиційних дипломатичних відомств. Її суб'єктне поле суттєво розширилося – тепер до формування зовнішньополітичного іміджу держави активно залучаються численні актори як державного, так і недержавного сектору. Водночас арсенал інструментів публічної дипломатії також зазнав значного розширення та трансформації, охоплюючи як класичні, так і новітні цифрові форми взаємодії з іноземною аудиторією.

Суб'єктами публічної дипломатії виступають як державні, так і міждержавні інституції, які мають на меті формування позитивного іміджу країни на міжнародній арені, а також вплив на зовнішню громадську думку через інструменти м'якої сили. На думку Е. Гілбоа, державні інституції є ключовими агентами у просуванні стратегічних комунікацій, оскільки мають

необхідні повноваження, ресурси та міжнародні канали доступу до цільової аудиторії [72, с. 58].

Найпоширенішими державними суб'єктами публічної дипломатії є міністерства закордонних справ, культурні інститути, дипломатичні місії та агенції з міжнародного співробітництва. Наприклад, British Council у Великій Британії чи Goethe-Institut у Німеччині виконують функції не лише культурного обміну, а й формування сприятливого іміджу своїх країн у світі. Згідно з М. Леонардом, такі установи поєднують освітні, мовні та культурні інструменти з політичними меседжами, що в довгостроковій перспективі впливають на сприйняття країни-ініціатора [76, с. 41].

У контексті міжнародних організацій значну роль відіграють структури, які мають глобальний або регіональний вплив, такі як ЮНЕСКО, Європейський Союз, ОБСЄ тощо. ЮНЕСКО зосереджується на просуванні культурного діалогу, науки та освіти як засобів запобігання конфліктам і зміцнення миру. Як зазначає М. Ньето, ЮНЕСКО здійснює свою публічну дипломатію через міжкультурні програми, форуми, мережі культурних столиць світу, що дозволяє їй досягати впливу без прямого політичного втручання [85, с. 67].

Європейський Союз, у свою чергу, реалізує публічну дипломатію у форматі так званої «європейської ідентичності», що ґрунтується на ідеях демократії, прав людини, сталого розвитку та багатокультурності. Його дипломатична діяльність здійснюється через Європейську службу зовнішніх дій, програми обміну, культурні ініціативи та тематичні кампанії в країнах-партнерах [60, с. 102].

Порівнюючи державні та міжнародні суб'єкти, можна відзначити, що державні структури мають чітко виражений національний інтерес, у той час як міжнародні організації здебільшого діють у межах ширших ціннісних рамок. Наприклад, British Council має на меті просування британських цінностей і мови, тоді як ЮНЕСКО акцентує на глобальних цінностях – освіті, культурі та мирі. Обидва підходи є взаємодоповнювальними, але відрізняються в методах

реалізації: перші – більш централізовані й спрямовані, другі – мережеві та багатосторонні.

Таблиця 1.5

Порівняння основних суб'єктів публічної дипломатії

Суб'єкт	Характеристика	Приклади інституцій	Форми реалізації публічної дипломатії	Географія дії
Державні інституції	Представляють національні інтереси, реалізують стратегії м'якої сили	British Council (Велика Британія), Goethe-Institut (Німеччина), Alliance Française (Франція)	Освітні та культурні програми, мовні курси, конференції, гранти	Близький Схід (Ірак, Єгипет), Азія (Індія, Китай), Африка
Міжнародні організації	Орієнтовані на глобальні цінності та міждержавну співпрацю, діють наднаціонально	ЮНЕСКО, Європейський Союз, ОБСЄ	Програми міжкультурного діалогу, просування демократії, культурна спадщина	Південно-Східна Європа, Латинська Америка, країни Східного партнерства

Державні структури діють у рамках політики окремих країн та мають більшу оперативну гнучкість у просуванні конкретного національного наративу. Наприклад, Goethe-Institut активно працює в Південній Кореї, де популяризує німецьку мову та культуру як частину стратегії «нової культурної дипломатії» Німеччини. British Council реалізовував програми підтримки освіти у Нігерії та Пакистані, що сприяло зміцненню британських позицій у регіоні.

Міжнародні організації натомість формують спільні цінності через довготривалі ініціативи. Так, ЮНЕСКО запустила ініціативу «Creative Cities Network», до якої входять міста з усього світу, що сприяють розвитку культурних індустрій. ЄС через програму *Erasmus+* підтримує академічну

мобільність, яка також має важливу дипломатичну функцію – формування проєвропейської свідомості серед молоді в країнах-партнерах, зокрема Україні, Грузії, Молдові.

Розглядаючи суб'єктів публічної дипломатії, не можна оминати недержавні структури, які в умовах глобальної комунікації відіграють дедалі помітнішу роль. На відміну від державних органів, ці актори діють більш гнучко, часто незалежно від офіційної зовнішньої політики, але суттєво впливають на імідж країни та її сприйняття за кордоном.

Громадянське суспільство, зокрема неурядові організації (НУО), культурні центри, освітні ініціативи, стали важливою складовою інфраструктури публічної дипломатії. Як зазначає українська дослідниця О. Гуменюк, роль громадянського суспільства полягає у створенні альтернативних каналів міжнародного спілкування та просуванні демократичних цінностей через неформальні форми комунікації [15, с. 41]. За С. Пирожковим, громадські організації у XXI столітті стали «каталізаторами горизонтальної дипломатії», тобто такої, що відбувається на рівні суспільств, а не держав [36, с. 53].

Прикладом ефективної культурної дипломатії є діяльність Українського інституту, який, хоча й має державне фінансування, активно співпрацює з неурядовими платформами на кшталт «Мистецького арсеналу», Українського ПЕН-клубу та локальних ініціатив української діаспори. Успішним прикладом стала кампанія Ukraine NOW, що просувала позитивний імідж України через співпрацю з НУО, митцями та комунікаційними агенціями [101, с. 22].

Неформальні актори, як-от інфлюенсери, митці, журналісти, публічні інтелектуали, блогери, а також українська діаспора, дедалі частіше виконують функції «народних дипломатів». Д. Ніколсон визначає таких акторів як «посередників у передачі культурних смислів, здатних впливати на міжнародну аудиторію через персоніфіковані наративи» [84, с. 64].

З українських дослідників, В. Прокопович наголошує, що «українська діаспора у США, Канаді та Польщі стала рушієм культурного лобізму та формування позитивного іміджу держави в часи криз» [41, с. 29]. Особливо це

проявилось після 2014 року, коли численні культурні ініціативи за участі діаспори були спрямовані на боротьбу з дезінформацією та формування образу України як демократичної, європейської держави.

У добу цифровізації важливу роль відіграють також інфлюенсери з українським походженням, які мають міжнародну аудиторію (наприклад, Джамала, Валерія Гай Германіка, Jerry Heil). Через платформу Instagram, TikTok або YouTube вони популяризують українську мову, традиції, проблеми війни – і цим долучаються до реалізації цілей публічної дипломатії.

У сучасному глобалізованому світі інструменти публічної дипломатії значно еволюціонували, розширившись від традиційної комунікації через медіа до складних цифрових, культурних та економічних практик. Вони використовуються державними і недержавними суб'єктами з метою формування позитивного іміджу країни, впливу на громадську думку іноземної аудиторії, зміцнення довіри та просування стратегічних інтересів.

Одним з найдавніших і найпоширеніших інструментів є інформаційна дипломатія, яка охоплює роботу з мас-медіа, прес-службами, міжнародними телеканалами, а нині – і з медіаплатформами (YouTube, новинні Telegram-канали тощо). Як зазначає І. Грабович, інформаційна дипломатія дозволяє країні не лише пояснювати свої дії, а й контрнарративами боротися з дезінформацією [13, с. 118].

Наступним вагомим напрямом є культурно-освітня дипломатія, яка реалізується через міжкультурні обміни, мистецькі заходи, мовні програми, стипендії, роботу культурних центрів (наприклад, Goethe-Institut, British Council, Французький інститут). Це дозволяє формувати довготривалі емоційні зв'язки та підтримку серед іноземних громадян. За словами українського дослідника Ю. Вдовенка, культурна дипломатія – це «найбільш сталий інструмент формування м'якої сили» [10, с. 55].

Цифрові інструменти публічної дипломатії останніми роками стали домінантними. Соцмережі (X, Instagram, TikTok) стали платформами не лише для швидкої комунікації, а й для просування політичних меседжів, ведення

«Twitter-дипломатії», функціонування віртуальних посольств. Успішним прикладом є діяльність акаунтів МЗС України, які ведуть комунікацію кількома мовами з іноземною аудиторією.

Окрему нішу займають економічні інструменти публічної дипломатії – зокрема, ініціативи з гуманітарної допомоги, підтримка постраждалих країн, грантові програми, сприяння бізнес-інвестиціям. Як зазначає американський дослідник Н. Сноу, економічна дипломатія – це «інструмент довіри, який показує країну не як конкурента, а як партнера з розвитку» [93, с. 70].

Таблиця 1.6

Класифікація інструментів публічної дипломатії

Тип інструменту	Зміст	Приклади реалізації
Інформаційні	Комунікація через ЗМІ, інформаційні агентства, антикризові меседжі	BBC World News, акаунти МЗС України, канал Ukraine World
Культурно-освітні	Обміни, культурні заходи, мовні програми, академічні стажування	Erasmus+, British Council, Український інститут
Цифрові	Соцмережі, цифрові кампанії, віртуальні платформи, онлайн-дипломатія	Twitter МЗС України, віртуальне посольство США в Ірані
Економічні	Інвестиції, допомога, партнерства з розвитку, підтримка бізнесу	USAID в Україні, проекти GIZ, японські інвестиції в Африці

Таким чином, інструменти публічної дипломатії є різноплановими та доповнюють одне одного. Їх ефективність залежить від здатності адаптуватися до комунікативного середовища, враховувати культурні особливості цільової аудиторії та забезпечувати сталість взаємодії. У поєднанні вони формують потужний інструментарій для просування іміджу країни в умовах конкуренції за увагу глобального суспільства.

Варто зазначити, що у сучасних умовах публічна дипломатія функціонує як динамічна система, в якій суб'єкти (державні та недержавні організації) активно застосовують різноманітні інструменти задля досягнення стратегічних комунікативних цілей. Їх взаємодія формується за принципом багаторівневої мережевої кооперації, де ключову роль відіграє не лише централізоване

державне управління, але й ініціативи «знизу» – з боку громадських інституцій, інфлюенсерів, місцевої влади.

Успішна публічна дипломатія ґрунтується на синергії інструментів і суб'єктів. Наприклад, під час повномасштабного вторгнення РФ в Україну у 2022 році, публічна дипломатія України стала прикладом координації МЗС, Офісу Президента, Українського інституту, громадських ініціатив («Ukrainian PR Army», «UkraineNow») та активних інфлюенсерів (наприклад, Андрій Шевченко, Джамала, блогери-волонтери). Було успішно поєднано цифрові інструменти (соцмережі, онлайн-кампанії), культурні (виставки, концерти підтримки), інформаційні (брифінги, кампанія #StandWithUkraine) та економічні (кампанії зі збору донатів).

Інший приклад – діяльність Британської Ради у країнах Східної Європи. Інституція водночас реалізує мовні курси, культурні обміни, виставки сучасного мистецтва та цифрові медіакампанії, забезпечуючи постійну присутність у публічному просторі. Така інтеграція різних інструментів зміцнює вплив і формує позитивну громадську думку про країну-ініціатора.

Попри приклади успіху, недостатня координація залишається викликом для багатьох країн. Як зазначає Т. Васильченко, одна з головних проблем української публічної дипломатії – «відсутність єдиного центру координації між зовнішньополітичними, культурними та громадськими структурами, що призводить до дублювання функцій та втрати ефективності» [8, с. 44]. Аналогічні проблеми спостерігались у Франції до створення агентства France Médias Monde, яке об'єднало кілька зовнішньокомунікативних структур.

Окремо варто згадати проблему бюрократизації культурної дипломатії, коли ініціативи громадських організацій залишаються поза державною підтримкою або стикаються з надмірним регулюванням. Через це втрачається динамічність реагування на інформаційні виклики.

Водночас сучасні тренди свідчать про децентралізацію публічної дипломатії. Все частіше суб'єктами виступають міста, регіони, університети, приватні компанії. Наприклад, міста Варшава, Вільнюс чи Львів активно

розвивають власні комунікаційні стратегії, позиціонуючи себе як простори культури, інновацій або солідарності.

Децентралізація також спостерігається у цифровій сфері: інфлюенсери, блогери, діаспори самотійно створюють контент, який резонує з міжнародною аудиторією без формальної участі держави. Як пише американський дослідник М. Ентман, «сучасна публічна дипломатія вже не є вертикальною – вона мережево-фрагментована, але саме в цьому її сила» [69, с. 89].

Взаємодія суб'єктів і інструментів публічної дипломатії в сучасному світі вимагає гнучкої моделі управління, синхронізації дій різних акторів та вміння ефективно використовувати нові медіа. Найуспішніші кейси демонструють, що комбінація державного бачення та ініціатив знизу – це шлях до сталого міжнародного впливу.

Отже, сучасна публічна дипломатія функціонує як багаторівнева система, де взаємодіють державні та недержавні суб'єкти, кожен з яких виконує унікальні функції у формуванні міжнародного іміджу країни. Ефективність публічної дипломатії значною мірою залежить від здатності різних акторів координувати свої зусилля, особливо в умовах глобальної цифровізації. Інструменти дипломатії – від культурних обмінів до цифрових платформ – не лише розширюють канали комунікації, але й формують нову якість впливу. Особливу роль відіграють інфлюенсери, діаспора та громадські ініціативи, які діють гнучко та оперативно. Спостерігається чітка тенденція до децентралізації, що відкриває нові можливості для локальних і неформальних суб'єктів у глобальному комунікаційному полі. Успішна публічна дипломатія сьогодні – це симбіоз офіційних стратегій і неформального людського капіталу.

1.3. Соціологічний, комунікативний та маркетинговий виміри публічної дипломатії

У сучасному світі публічна дипломатія дедалі більше виходить за межі традиційного зовнішньополітичного інструментарію та інтегрується в

міждисциплінарне поле знань. Її ефективність залежить не лише від політичних рішень, а й від глибокого розуміння соціальних процесів, комунікаційних стратегій і маркетингових підходів до взаємодії з аудиторією. У зв'язку з цим доцільним є розгляд публічної дипломатії через призму трьох взаємопов'язаних вимірів: соціологічного, комунікативного, маркетингового та психологічного (рис.1.3).



Рис.1.3. Виміри публічної дипломатії

Як зображено на рис. 1.3, публічна дипломатія функціонує у кількох взаємопов'язаних вимірах: соціологічному, комунікативному, маркетинговому та психологічному. Кожен із них виконує специфічну роль у формуванні позитивного іміджу держави та впливу на іноземну аудиторію. Розглянемо ці виміри детальніше далі.

Соціологічний вимір публічної дипломатії передбачає глибоке розуміння публічної думки як ресурсу, об'єкта впливу та індикатора ефективності дипломатичних зусиль. У сучасних умовах саме громадська думка стає не лише ареною змагання наративів, але й ціллю для формування довіри до зовнішньої політики держави. Як зазначає український дослідник В. Бебик, публічна дипломатія – це спосіб цілеспрямованої взаємодії держави з іноземною громадськістю задля позитивного сприйняття політики країни [4, с. 47].

Важливим компонентом соціологічного виміру є уявлення про імідж держави в очах іноземної аудиторії. За визначенням американського політолога Джозефа Ная, імідж держави формується не лише через політичні рішення, а й через здатність викликати симпатію, зацікавлення та довіру – тобто застосовувати «м'яку силу» [88, с. 5]. Саме тому для публічної дипломатії стратегічно важливо знати, як країну сприймають за кордоном, що викликає повагу, а що – скепсис. Наприклад, дослідження Reputation Institute свідчать, що держави з високим рівнем довіри у світі мають стабільні економічні зв'язки, активний туристичний потік та потужні культурні впливи.

Ключовою умовою ефективного функціонування публічної дипломатії в соціологічному вимірі є використання науково обґрунтованих даних. Регулярні соціологічні опитування, аналіз медіа-контенту, вимірювання емоційного тону повідомлень у соціальних мережах дають змогу державним і недержавним суб'єктам приймати рішення, спираючись на реальні настрої аудиторії. Як стверджує український дослідник С. Телешун, публічна дипломатія має бути побудована на основі «доказової комунікації», що враховує ціннісні орієнтації цільових груп [50, с. 121].

Таким чином, соціологічний вимір забезпечує публічну дипломатію не лише інструментами моніторингу, а й орієнтирами для побудови релевантних стратегій впливу, адаптованих до очікувань і сприйняття міжнародної спільноти.

Комунікативний вимір публічної дипломатії охоплює різноманітні стратегії та інструменти, які використовуються для формування і підтримки позитивного іміджу держави за кордоном. Публічна дипломатія виступає як форма стратегічної комунікації, що передбачає наявність чіткої комунікаційної політики, спрямованої на забезпечення довіри, прозорості та діалогу між державами та іноземними громадянами. Згідно з визначенням українського дослідника О. Бурасова, стратегічні комунікації є «системою цілеспрямованих комунікаційних зусиль, що сприяють реалізації національних інтересів і покликані сприяти зміцненню взаєморозуміння та довіри» [6, с. 78].

Однією з ключових рис комунікативного виміру є діалогічність, тобто здатність до двостороннього обміну інформацією та формування взаєморозуміння через активне слухання і реагування на потреби інших сторін. Як зазначає британський дослідник Кен Беннет, публічна дипломатія, що функціонує через діалог, значно ефективніша, оскільки вона дозволяє державам побудувати стійкіші відносини та створює простір для взаємного співробітництва [61, с. 121]. У цьому контексті важливою є концепція «відкритих дверей», яка передбачає, що держави мають бути готові до конструктивного обміну думками, а не лише нав'язувати свою позицію.

Роль медіа в публічній дипломатії є надзвичайно важливою, оскільки через медіаплатформи країни здатні доносити свої послання до широкої аудиторії на міжнародному рівні. Науковці відзначають, що медіа виступають важливим інструментом в управлінні іміджем держави, дозволяючи демонструвати свої культурні, економічні та соціальні досягнення. Зокрема, О. Козак зазначає, що медіа можуть впливати на сприйняття держави в інших країнах, створюючи або підтримуючи стереотипи про певні нації [20, с. 53]. Важливим є те, як саме держава контролює медіапотоки: чи буде вона активно залучена до виробництва контенту, чи, навпаки, залишатиме цей процес на розсуд інших.

Таким чином, комунікативний вимір публічної дипломатії виявляється необхідним для реалізації успішної стратегії впливу, де основним завданням є не тільки просування національних інтересів, а й підтримка стабільних, доброзичливих і взаємодієвих відносин з іншими державами та їх громадянами.

Маркетинговий вимір публічної дипломатії відіграє важливу роль у формуванні національного іміджу та бренду країни на міжнародній арені. У сучасному світі концепт «брендингу країни» є невід'ємною складовою публічної дипломатії, адже за допомогою цього механізму країни прагнуть покращити своє сприйняття серед глобальної аудиторії, залучити інвестиції, туристів і сприяти розвитку економіки. Як зазначає науковець М. Сорокін, «бренд країни – це система образів і асоціацій, які формуються у свідомості

міжнародної спільноти через ефективне управління зовнішньою комунікацією» [47, с. 64]. Важливим аспектом цього є поєднання культурних, економічних і соціальних досягнень, що в результаті створює унікальний образ нації.

Одним із ефективних інструментів у маркетинговому вимірі публічної дипломатії є використання методів комерційного маркетингу. Для формування позитивного іміджу країни активно застосовуються стратегії, подібні до тих, що використовуються в бізнес-середовищі. До таких методів можна віднести використання брендів кампаній, маркетингових досліджень, соціальних мереж і впливових осіб, що виступають амбасадорами бренду країни. Наприклад, одна з найбільш успішних кампаній в історії публічної дипломатії – це «100% Pure New Zealand» [57], що успішно створила позитивний образ Нової Зеландії як туристичної та екологічно чистої країни. Ця кампанія виявилася надзвичайно результативною завдяки чітко продуманій стратегії комунікацій, яка сприяла збільшенню кількості туристів і міжнародних інвестицій.

Крім того, кейси успішного іміджевого позиціювання на міжнародній арені демонструють важливість інтегрованих маркетингових комунікацій у публічній дипломатії. Відомо, що брендинг країни може стати потужним інструментом для підвищення рівня довіри та репутації держави. Один з найбільш показових прикладів – це міжнародна кампанія «I ♥ NY» (Люблю Нью-Йорк) [77], яка започаткувала зміни в економіці штату Нью-Йорк та покращила сприйняття його на міжнародному рівні як туристичної та культурної мети. Важливо відзначити, що такі кампанії базуються на створенні позитивних емоцій, що стимулюють інтерес до країни або регіону.

Таким чином, маркетинговий вимір публічної дипломатії сприяє не тільки поліпшенню міжнародного іміджу, але й підтримує стійкі зв'язки з іншими країнами, сприяючи зростанню взаєморозуміння та співпраці. Застосування методів комерційного маркетингу та розвитку брендів країн є потужним інструментом у реалізації зовнішньої політики.

Психологічний вимір публічної дипломатії має велике значення, оскільки емоції та ідентичність відіграють важливу роль у формуванні сприйняття країни

на міжнародній арені. Один із ключових аспектів цього виміру – це емоційне забарвлення публічних меседжів, що дозволяє створювати довгострокові асоціації та позитивний імідж країни. Як зазначає психолог М. Лазарев, емоційне забарвлення може сприяти не тільки залученню уваги, але й активізації процесів запам'ятовування, що значно підвищує ефективність публічної дипломатії [25, с. 59]. Серед найбільш яскравих прикладів можна згадати реклами або культурні ініціативи, які активно використовують позитивні емоції (любов до природи, національна гордість, дружелюбність).

Другим важливим елементом є створення ефекту «належності» та «ідентифікації» з культурою країни. Люди, особливо у глобалізованому світі, прагнуть відчувати приналежність до певних культур, спільнот та ідеологій. Публічна дипломатія активно використовує цей психологічний механізм для залучення громадян до своєї культури, що позитивно позначається на зовнішній політиці країни. Наприклад, кампанії на кшталт «Proudly South African» [89] намагаються створити відчуття гордості серед своїх громадян і водночас заохочують іноземців до знайомства з культурними надбаннями та досягненнями держави.

Третій важливий аспект психологічного виміру – це використання психологічних механізмів впливу. Публічна дипломатія застосовує науково обґрунтовані психологічні методи, такі як нейролінгвістичне програмування, соціальна ідентифікація, маніпулювання емоціями (наприклад, через співчуття до постраждалих від природних катастроф чи конфліктів) для впливу на думку громадськості. Психологічний вплив може здійснюватися через медіа, культурні обміни або соціальні мережі, формуючи образ країни як надійного партнера, гуманітарного лідера чи регіонального центру стабільності.

Таким чином, психологічний вимір публічної дипломатії дозволяє країнам ефективно формувати емоційний імідж на міжнародній арені, посилюючи довіру до їхньої політики та культури. Важливо, що психологічний підхід не лише покращує імідж країни, але й допомагає підтримувати взаєморозуміння та

мир між націями, зменшуючи конфліктні ситуації і сприяючи стабільності на міжнародній сцені.

Окрім соціологічного, комунікативного, маркетингового та психологічного вимірів публічної дипломатії, є й інші виміри, які активно досліджуються у наукових роботах та практиці міжнародних відносин, див. табл.1.7.

Таблиця 1.7

Інші важливі виміри публічної дипломатії

Вимір публічної дипломатії	Опис
Економічний вимір	Використання економічних інструментів, таких як економічна допомога, інвестиційні ініціативи, санкції для формування міжнародного іміджу та просування національних інтересів.
Культурний вимір	Культурна дипломатія, обміни, культурні програми, фестивалі та виставки, які демонструють національну культурну спадщину і формують імідж країни.
Інформаційний вимір	Використання ЗМІ, інформаційних платформ і технологій для поширення національної політики, боротьба з дезінформацією і забезпечення точного інформування на міжнародному рівні.
Технологічний вимір	Використання цифрових технологій, соціальних мереж, віртуальних посольств та онлайн-комунікацій для досягнення дипломатичних цілей.
Безпековий вимір	Співпраця з міжнародними організаціями, миротворчі місії, ініціативи щодо боротьби з тероризмом і організованою злочинністю для забезпечення міжнародної стабільності та безпеки.

Отже, публічна дипломатія є багатограним процесом, який включає соціологічний, комунікативний, маркетинговий та психологічний виміри, кожен з яких має свій важливий вплив на формування міжнародного іміджу держави. Різноманітні інструменти та виміри публічної дипломатії дозволяють не лише сприяти налагодженню взаєморозуміння між країнами, але й активно впливати на громадську думку, створюючи позитивний імідж через культурні, комунікаційні та психологічні механізми. Завдяки такій комплексності, публічна

дипломатія виступає важливим інструментом у реалізації стратегічних інтересів країни в глобальному контексті.

Висновки до розділу 1

Публічна дипломатія є складовим елементом зовнішньої політики, що забезпечує державам ефективне взаємодія з міжнародною спільнотою через м'яку силу, сприяючи формуванню позитивного іміджу та зміцненню міжнародних відносин. Відзначено, що публічна дипломатія розвивається у відповідь на нові інформаційні виклики, і її еволюція відображає зміни в глобальній політичній та комунікаційній сфері.

Основними суб'єктами публічної дипломатії є державні інституції, міжнародні організації, громадянське суспільство та неформальні актори, кожен з яких відіграє важливу роль у реалізації дипломатичних цілей, використовуючи різні інструменти. Інструменти публічної дипломатії включають інформаційні, культурно-освітні, цифрові та економічні механізми, що дозволяють державам здійснювати стратегічні комунікації на міжнародній арені.

Соціологічний, комунікативний, маркетинговий та психологічний виміри публічної дипломатії взаємодіють у комплексі, допомагаючи створювати ефективні стратегії для впливу на громадську думку та формування міжнародного іміджу. Розуміння цих вимірів є ключовим для правильної побудови дипломатичних ініціатив у глобальному контексті.

РОЗДІЛ 2

РОЛЬ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ У СУЧАСНИХ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИНАХ

2.1. Вплив публічної дипломатії на формування міжнародного іміджу та забезпечення національної безпеки держави

Публічна дипломатія виступає потужним інструментом формування позитивного міжнародного іміджу держави та захисту її національних інтересів у глобальному інформаційному просторі. В умовах сучасних викликів, зокрема політичних конфліктів і гібридних воєн, ефективна комунікація з іноземними аудиторіями стає ключовою складовою національної безпеки. Особливо яскраво це проявляється на прикладі України, яка завдяки активній публічній дипломатії змогла мобілізувати міжнародну підтримку та формувати сприятливий образ у світі під час повномасштабної війни. Аналіз впливу публічної дипломатії на міжнародний імідж і безпеку держави дозволяє зрозуміти механізми її функціонування та оцінити ефективність застосування в сучасних умовах.

Прийнято вважати, що міжнародний імідж держави – це цілеспрямований образ, який формується у свідомості зарубіжної аудиторії та має стратегічне значення для успішного функціонування держави на міжнародній арені [38]. Загальновідомо, що імідж включає в собі когнітивні, афективні й поведінкові

компоненти, які визначають ставлення інших країн до держави та її політичного іміджмейкінгу.

На думку соціолога А. О. Поцелуйка, імідж держави є результатом свідомого конструювання символів і стереотипів, перетворених на масові установки за допомогою ЗМІ та лідерів думок [40]. Згідно з поглядами В. І. Шушляна, імідж держави в сучасних політичних дослідженнях розглядається як багаторівневий концепт, що інтегрує символічні, комунікативні й соціальні компоненти у контексті зовнішньої політики [55].

Українські дослідники також наголошують, що імідж держави – це частина інструментарію державного брендингу та засіб підвищення міжнародної легітимності. Як зазначає Ф. Вауліна, імідж є системною конструкцією, що об'єднує сильні та слабкі сторони держави з акцентом на національну ідею [Роль національної ідеї [9, с. 192–197].

Визначення міжнародного іміджу включає такі складові:

- когнітивні уявлення – інформація про країну: її політику, економічний потенціал, культуру;
- афективні оцінки – емоційне ставлення аудиторії до держави;
- поведінкові наміри – готовність до співпраці або підтримки з боку інших суб'єктів міжнародного середовища.

На думку В. М. Лісовського, зовнішньополітичний імідж України і її лідера є ключовим чинником забезпечення національної безпеки, оскільки він впливає на здатність країни отримати міжнародну підтримку у кризових ситуаціях [26, с. 79–83].

Загальновідомо, що позитивний міжнародний імідж дозволяє державі:

- уникнути дипломатичної ізоляції;
- отримати підтримку в рамках міжнародних організацій;
- залучити інвестиції та культурні зв'язки;
- підвищити рівень довіри до власної політики; – що безпосередньо впливає на національну безпеку.

Об'єднання внутрішнього і зовнішнього іміджу також є важливою умовою. Як підкреслює К. Бікір, внутрішньополітичний імідж держави формує базу для державної іміджевої політики, що є частиною комплексу заходів із забезпечення безпеки і глобальної стабільності [5].

Як показано на рис. 2.1, публічна дипломатія сприяє зміцненню міжнародного іміджу держави через комунікацію, культурну взаємодію та просування наративів, що формують позитивне сприйняття країни у світі. Позитивний імідж, своєю чергою, підвищує рівень довіри до держави, відкриває можливості для стратегічних партнерств і підтримки в умовах криз, що в підсумку позитивно впливає на національну безпеку.



Рис.2.1. Взаємозв'язок іміджу та безпеки держави

Публічна дипломатія діє за допомогою низки механізмів, головні з яких:

- міжнародні комунікаційні кампанії – просування цінностей, бачення держави, інформаційна контрдія у відповідь на пропаганду.
- діалог з іноземною аудиторією – офіційні виступи лідерів, участь у міжнародних форумах, дипломатичні меседжі.
- освітні й академічні програми – поширення знань про країну, стипендії, обміни (наприклад, програма Erasmus+ для України).

– дипломатія міст і регіонів – участь субнаціональних акторів у глобальних процесах.

Дані механізми дозволяють державі виходити на контакт з міжнародною спільнотою не лише на міжурядовому, а й на суспільному рівні. Важливою складовою публічної дипломатії є культурна дипломатія, яка реалізується через:

- фестивалі, виставки, гастролі національних колективів за кордоном;
- культурні центри (на зразок Українського інституту);
- просування української мови, літератури та кіно у світі.

Інформаційна дипломатія – ще один ключовий напрям, що включає:

- міжнародні медіа-ресурси (наприклад, UkraineWorld, Ukrinform, UATV);
- активність у соцмережах;
- боротьбу з дезінформацією (зокрема, в умовах російської гібридної агресії).

Соціальні інструменти включають участь держави в глобальних гуманітарних і волонтерських ініціативах, співпрацю з міжнародними НУО, які допомагають транслювати позитивні образи країни через підтримку спільних проєктів.

Як було зазначено, публічна дипломатія виступає важливим компонентом державної стратегії у забезпеченні національної безпеки, особливо в інформаційному просторі. Використання інструментів публічної дипломатії дозволяє державі протистояти впливу дезінформаційних кампаній та посилювати свою міжнародну легітимність.

Як свідчать дані, інформаційна безпека стала критичним елементом державної безпеки в умовах гібридної війни. Українська вчена Світлана Константиюк у дослідженні підкреслює, що публічна дипломатія трансформується у майже повноцінний інструмент безпеки, здатний протидіяти зовнішньому дезінформаційному впливу та захищати національні інтереси [21]. Крім того, дослідження Володимира Шиповського підтверджують, що медіадипломатія є ключовим компонентом стратегічної інформаційної політики

України, спрямованої на захист від інформаційних загроз і популяризацію правдивого наративу на міжнародному рівні [54].

Як зазначено у працях зарубіжних фахівців, публічна дипломатія є засобом побудови довіри до держави на міжнародній арені. Зокрема, дослідник Кірстен Могенсен вважає, що міжнародна довіра формується через стратегічне комунікування, яке підвищує сприйняття держави як авторитетної та спроможної партії. Інший огляд робіт американських дослідників із Foreign Policy Research Institute описує використання публічної дипломатії у країнах Балтії як приклад формування міжнародної легітимності малими державами шляхом створення зрозумілих, позитивних образів, що сприймаються західною громадськістю та урядовими елітами [91].

Зупинимось на головному – вплив публічної дипломатії на підтримку України під час повномасштабної війни росії проти України, що триває з 2022 року. Публічна дипломатія стала не лише засобом комунікації, а й одним із ключових чинників забезпечення зовнішньополітичної підтримки України у світі. В умовах збройної агресії вона відіграє стратегічну роль у формуванні позитивного іміджу держави, збереженні міжнародної уваги до війни та мобілізації допомоги. Є впевненість у тому, що саме завдяки ефективній публічній дипломатії Україна змогла об'єднати навколо себе безпрецедентну міжнародну коаліцію підтримки.

Основними стратегіями, які реалізувала Україна у сфері публічної дипломатії під час війни, стали: широке залучення культурних і медійних лідерів думок, активне інформування міжнародної аудиторії через офіційні платформи, міжурядове співробітництво на рівні міністерств закордонних справ, а також цільові іміджеві кампанії, як-от United24, Be Brave Like Ukraine, Advocacy in Action, Book of Executioners, тощо. Переконливим є погляд знаних авторитетів у цій галузі на те, що іміджева дипломатія в умовах війни повинна ґрунтуватися на правдивій емоційній комунікації, що викликає співпереживання, солідарність і дії. Не можна не зважати на те, що навіть

невеликі за масштабом кампанії мали глобальний резонанс завдяки точному меседжу та дистрибуції через актуальні канали.

Роль соціальних мереж і цифрової дипломатії стала без перебільшення вирішальною. Саме в Instagram, Facebook, TikTok, Twitter (X) та YouTube світ дізнавався про події в Україні в реальному часі, а контент, створений офіційними каналами, журналістами, громадськими активістами та звичайними українцями, формував інформаційну реальність міжнародної аудиторії. Доведено, що сторінки Президента України, Міністерства закордонних справ, Офісу Президента, UNITED24, Ukraine.ua стали важливими «платформами сили», які забезпечили постійний контакт з іноземною публікою. Є очевидним, що цифрова дипломатія стала не лише засобом інформування, а й інструментом впливу на міжнародну політику та суспільну думку в інших країнах.

Ці факти переконують у тому, що завдяки системній роботі публічної дипломатії вдалося сформувати стійку підтримку України з боку держав, міжнародних організацій та громадянського суспільства. Її наслідками стали не лише регулярна військова, гуманітарна й фінансова допомога, а й запровадження масштабних санкцій проти Російської Федерації, ухвалення політичних декларацій, визнання України кандидатом у члени ЄС, а також блокування російської пропаганди у міжнародних ЗМІ. Не можна не зважати на те, що саме завдяки довірі до іміджу України як жертви неспровокованої агресії й захисника європейських цінностей, світ продовжує підтримувати нашу державу навіть в умовах затяжної війни.

Підбиваючи підсумки, можна з упевненістю стверджувати, що публічна дипломатія стала потужним інструментом у формуванні позитивного міжнародного іміджу України під час повномасштабної війни з Росією. Її ефективність проявилася у здатності мобілізувати світову громадськість, лідерів думок, уряди та міжнародні організації на підтримку української боротьби за свободу та територіальну цілісність.

Є очевидним, що системна комунікаційна стратегія, побудована на принципах прозорості, емоційної достовірності та активного залучення

громадянського суспільства, дозволила Україні не лише протистояти російській пропаганді, а й утвердити себе як демократичну, стійку й гідну довіри державу. Ці факти переконують у тому, що успішна публічна дипломатія є вагомим елементом державної безпеки та міжнародної суб'єктності.

Доведено, що в умовах сучасних гібридних загроз, інформаційні кампанії, спрямовані на міжнародну аудиторію, здатні суттєво впливати на формування зовнішньополітичних рішень, включно із санкційною політикою, військово-технічною підтримкою та гуманітарною допомогою. Переконливим є погляд знаних авторитетів у цій галузі на те, що дипломатія майбутнього буде нерозривно пов'язана з цифровими інструментами і здатністю держав до ефективної самопрезентації у глобальному просторі.

Усе це свідчить про те, що публічна дипломатія повинна й надалі залишатися важливою складовою національної стратегії безпеки України, потребує постійного вдосконалення, інституційного зміцнення та креативного підходу. Не можна не зважати на те, що саме довіра до держави в очах світової спільноти часто стає тим вирішальним чинником, який визначає рівень зовнішньої підтримки у критичні моменти.

2.2. Використання м'якої сили та культурної дипломатії

У сучасних міжнародних відносинах, де традиційні військово-політичні інструменти дедалі частіше поступаються місцем немілітаризованим підходам, усе більшої ваги набуває поняття «м'якої сили» (soft power). Йдеться про здатність держави впливати на поведінку інших суб'єктів міжнародної системи не через примус чи економічний тиск, а через привабливість своєї культури, цінностей, політичної моделі, а також через здатність формувати позитивний імідж. Не менш важливою складовою м'якої сили є культурна дипломатія, яка виступає як міст між народами, формуючи довіру, взаєморозуміння та довготривалі симпатії до держави.

Є очевидним, що у XXI столітті ці інструменти набули нового змісту та масштабів, особливо в умовах гібридних загроз, глобальної конкуренції наративів та інформаційних війн. Публічна дипломатія, яка активно використовує м'яку силу та культуру, дозволяє державі не лише просувати власні інтереси, а й захищати їх в умовах обмеженого військово-політичного впливу.

Із самого початку концепт *soft power*, або *м'яка сила*, вивчали як альтернативу до традиційного військового та економічного примусу. Дослідженням цієї проблеми у різні періоди займалися провідні науковці міжнародних відносин. Початок тенденції системного вивчення *soft power* поклав Джозеф Най у роботі *Bound to Lead*, де він запропонував гіпотезу про здатність держав впливати через привабливість власної культури, цінностей і політики, а не примус [74, с. 5]. Згодом у книзі *Soft Power: The Means to Success in World Politics* Най чітко визначив м'яку силу як здатність впливати, змушуючи інших "хотіти того, чого хочеш ти", тобто через переконання й привабливість, а не через «stick and carrot» жорстку модель [74].

Є очевидним, що термін «м'яка сила» контрастує з поняттям «жорсткої сили» (*hard power*), яка передбачає застосування військового чи економічного примусу (загрози або винагороди) для досягнення мети. *Hard power* залежить від матеріальних ресурсів, тоді як *soft power* – від культурного, політичного й духовного потенціалу держави.

Цих поглядів дотримуються міжнародні аналітики, які підкреслюють роль *soft power* у сучасній дипломатії, особливо у контексті конкуренції між демократичними та авторитарними режимами. Зокрема, у статті *Soft Power After Ukraine* Дж. Най доводить, що в контексті війни Україна продемонструвала, як м'яка сила, навіть у кризові моменти, може стати суттєвим фактором міжнародного впливу та підтримки [94]

Не можна не зважати на те, що *soft power* має низку переваг: завдяки культурним та ціннісним ресурсам вона формує довіру та симпатії до держави, що особливо важливо у глобалізованому світі з високим рівнем інформаційної

взаємодії. Водночас, ці джерела м'якої сили вимагають часу та витрат, забезпечуючи довгострокові, але не миттєві результати (як при hard power).

Таким чином, м'яка сила стала особливо актуальною у XX–XXI століттях як спосіб будувати міжнародний авторитет без застосування сили, роблячи акцент на привабливість цінностей, культури та політичного порядку. Переконливим є погляд знаних авторитетів у цій галузі на те, що soft power – це стратегічний ресурс у сучасній геополітиці, оскільки вона здатна змінювати поведінку інших без конфліктів і нерідко є економнішою за традиційні методи.

Однією з найважливіших особливостей досліджуваного об'єкта є здатність м'якої сили формувати позитивний імідж країни, який стає основою її міжнародного авторитету. Зібраний і проаналізований фактичний матеріал дозволяє проілюструвати певні спостереження про механізми цього процесу.

Як показано на рис.2.2, м'яка сила держави реалізується через кілька ключових напрямів: культурну дипломатію, інформаційну привабливість, політичні цінності, освітні програми та міжнародну допомогу. Кожен із цих чинників сприяє формуванню позитивного іміджу держави на світовій арені.



Рис. 2.2. Роль м'якої сили у зміцненні міжнародного авторитету держави

Рис.2.2 ілюструє, як м'яка сила впливає на формування позитивного іміджу держави та її авторитет у міжнародному середовищі. Основні канали впливу м'якої сили включають:

- культурну дипломатію – поширення мови, мистецтва, традицій через культурні центри, обміни, виставки;
- інформаційну привабливість – позитивна присутність у ЗМІ, соцмережах, стратегічні наративи;
- політичні цінності – демократія, права людини, верховенство права як привабливий зразок;
- освітні програми – академічні обміни, стипендії, залучення іноземних студентів;
- міжнародну допомогу – гуманітарна та технічна підтримка іншим країнам.

Усі ці інструменти сприяють формуванню позитивного іміджу, який підвищує довіру до держави та зміцнює її міжнародний авторитет. Це дає країні додаткові переваги в зовнішньополітичних переговорах, забезпечує підтримку союзників та посилює її вплив у світі.

Переконливим є погляд авторитетів, що культурна дипломатія – це стратегічна діяльність державних та недержавних інституцій, спрямована на обмін цінностями, традиціями й творчістю з метою зміцнення взаєморозуміння, довіри і сприяння міжнародному партнерству [63]. Як свідчать дані досліджень, саме така практика дозволяє державі розширювати свій вплив у соціокультурному просторі, не вдаючись до політичного чи економічного примусу. Не можна не зважати на те, що ці підходи активно реалізуються через культурні інституції, фестивалі, обміни та виставки.

Є очевидним, що існує широке розмаїття форм культурної дипломатії. До них належать освітні програми та академічні обміни – наприклад, співпраця

університетів, як у рамках Chernivtsi–Saskatchewan partnership, що стимулює двостороннє науково-культурне співробітництво між Канадою й Україною [95]. Також мистецькі проєкти, як-от виставки українського мистецтва на Venice Biennale, участь у Louvre, публічні концерти в Carnegie Hall – це приклади впливового представництва культури за кордоном. Крім того, культурні інститути – такі як Ukrainian Institute, British Council, та ін. – відіграють ключову роль в організації таких заходів, формуванні іміджевих кампаній та підтримці художніх обмінів.

Зібраний і проаналізований фактичний матеріал дозволяє проілюструвати спостереження, що саме національна ідентичність та символіка посилюють вплив культурної дипломатії. Наприклад, українські аудіогіди у світових музеях російською не представляються, але українською – підтримують мовний простір і національну символіку [102]. Крім того, участь у глобальних мистецьких проєктах, які акцентують українську символіку та історичну спадщину, сприяють конструюванню особливого культурного меседжу, здатного викликати солідарність і емпатію.

Таким чином, культурна дипломатія виступає не просто формою soft power, а потужним практичним інструментом, який дозволяє державі вести ефективну міжнародну комунікацію через культуру, освіту та символіку. Якщо хочеш, можу продовжити прикладами ефективності таких ініціатив під час війни або зосередитися на конкретних кейсах.

Зібраний і проаналізований фактичний матеріал дозволяє згрупувати основні інструменти м'якої сили в межах публічної дипломатії за напрямками, які активно застосовуються державами для впливу на зовнішню аудиторію, див.табл.2.1.

Таблиця 2.1

Інструменти м'якої сили в межах публічної дипломатії

Інструмент м'якої сили	Країни та приклади реалізації
Медіаплатформи	Україна – United24, War.Ukraine.ua, UACrisis.org; США – Voice of America, Radio Free Europe

Брендинг країни	ЄС – кампанії <i>EU&ME</i> , <i>Europe in My Region</i> ; Україна – проєкт <i>Ukraine NOW</i>
Освіта	США – програма <i>Fulbright</i> , <i>EducationUSA</i> ; Україна – стипендії від МОН, проєкти в межах UKI, <i>Study in Ukraine</i>
Мова	Франція – мережа <i>Альянс Франсез</i> , підтримка франкофонії; Україна – ініціатива <i>Український аудіогід у музеях світу</i>
Культура (мистецтво, кіно, музика)	США – культурна дипломатія через джаз та Голлівуд; Україна – діяльність <i>Довженко-Центру</i> , участь у <i>Venice Biennale</i> , виступи гуртів на європейських фестивалях

Вдалося з'ясувати, що найбільш ефективними залишаються освітні, культурні та медійні платформи, які слугують інструментами формування позитивного міжнародного іміджу та довіри. Ці факти переконують, що системна реалізація м'якої сили дозволяє державі не лише транслювати власні цінності, а й мобілізувати зовнішню підтримку у критичні періоди, зокрема під час конфліктів чи геополітичної нестабільності.

Необхідно зазначити, що в умовах повномасштабної війни з Російською Федерацією, яка триває з 2022 року, роль м'якої сили набула в Україні особливого значення. На тлі збройної боротьби, інформаційного тиску, масової дезінформації та спроби нівелювати українську державність на глобальній арені, культурна дипломатія стала важливим фронтом у боротьбі за міжнародну підтримку, солідарність та правду.

Є впевненість у тому, що культурна дипломатія є потужним інструментом формування міжнародного дискурсу щодо подій в Україні. Вона дозволяє доносити правду про війну через мову культури – зрозумілу та емоційно близьку різним аудиторіям у світі. Українські культурні інституції, як-от Український інститут, Український культурний фонд, Довженко-Центр, Міністерство культури та інформаційної політики, активізували свою діяльність за кордоном, реалізуючи проєкти, виставки, фестивалі, які розповідають про українську ідентичність, трагедії війни та незламність народу.

Зокрема, кампанія «Ukrainian Wartime Posters», виставки «*Ukraine: Short Stories*», «*The Captured House*», які відбулись у Лондоні, Нью-Йорку, Парижі,

Берліні, стали способом привернення уваги до гуманітарних катастроф, бомбардувань культурної спадщини та геноциду українського народу.

Не можна не зважати на те, що саме митці стали «амбасадорами» України у світі, які розповідають правду про війну мовою своїх творів, а саме:

- у мистецтві українські художники (наприклад, Сергій Жадан, Микола Рідний, Аліна Клейтман) представили свої роботи на Венеційській бієнале, Берлінале, документуючи війну через особисті переживання.

- у кіно, – фільми, як-от «*20 днів у Маріуполі*» Мстислава Чернова, стали голосом української правди. Ця стрічка здобула премію «Оскар» за найкращий документальний фільм у 2024 році – що стало важливим інформаційним проривом і визнанням нарративу України.

- у музиці участь гуртів *Kalush Orchestra*, *Go_A* та інших у європейських музичних фестивалях стала інструментом збереження інтересу до України, водночас транслуючи сучасну українську ідентичність та підтримуючи бойовий дух.

Переконливим є погляд знаних авторитетів у цій галузі, зокрема експертки з культурної дипломатії Тетяни Filevska, яка наголошує, що публічна дипломатія у час війни переходить у стан «культурного спротиву», де головним ресурсом стає не тільки держава, а й громадянське суспільство, волонтери, митці, які формують потужний сигнал на глобальному рівні.

Серед найпомітніших ініціатив:

- «Ukrainian Audio Guides» у провідних музеях світу (Париж, Відень, Рим);
- проєкт «Culture Fights Back» за участі ЮНЕСКО;
- освітні вебінари про українську культуру для іноземної аудиторії (British Council, Goethe-Institut).

Ці факти переконують у тому, що м'яка сила, зокрема через культурну дипломатію, відіграє критично важливу роль у воєнний час, стаючи не лише способом донесення правди, але й засобом мобілізації союзників, зміцнення

образу України як активного суб'єкта міжнародної політики та носія унікальної європейської ідентичності.

Таким чином, культурний фронт – це не просто символічна підтримка, а повноцінна частина гібридної стратегії опору, де культура, слово і музика – такі ж важливі, як зброя на полі бою.

Усе це свідчить про те, що м'яка сила стала важливою складовою зовнішньополітичної стратегії України, особливо в умовах війни. Вона демонструє свою ефективність у формуванні позитивного міжнародного іміджу, мобілізації союзників, протидії дезінформації та зміцненні міжнародної підтримки. Водночас актуалізується питання не лише подальшого використання м'якої сили, а й розбудови інституційної спроможності у сфері культурної дипломатії.

Окреслимо перспективи розвитку м'якої сили України:

1. Необхідні кроки для зміцнення інституцій культурної дипломатії.

Необхідно зазначити, що успішна реалізація м'якої сили потребує системності, послідовної політики та сильних інституцій. Україна має вже певну інфраструктуру в цій сфері – Український інститут, Дипломатичну академію, УКФ, але існує потреба у:

- зміцненні кадрового потенціалу культурних інституцій через освітні програми для дипломатів і культурних менеджерів;
- забезпеченні стабільного фінансування незалежно від політичної кон'юнктури;
- створенні чіткої стратегії культурної дипломатії як частини національної стратегії безпеки та зовнішньої політики;
- інституційному партнерстві з іноземними платформами, такими як British Council, Goethe-Institut, Institut français.

Цих поглядів дотримуються експерти з міжнародних комунікацій, зокрема українська дослідниця Марія Золкіна наголошує: *«Публічна дипломатія має розглядатись як інвестиція в довгострокову суб'єктність України у світі, а не лише як тактична реакція на зовнішні виклики»*.

2. Виклики та обмеження.

Водночас не можна не зважати на численні виклики, які ускладнюють реалізацію потенціалу м'якої сили, зокрема:

- фрагментованість міждержавної координації у сфері культурної дипломатії;
- низький рівень цифрової комунікаційної інтеграції між посольствами, інституціями та культурними ініціативами;
- залежність від донорських ресурсів, що обмежує довгострокове планування;
- ризики політизації культурної дипломатії у межах внутрішніх дискусій про «національне» та «репрезентативне».

Дослідженням цих проблем займалися аналітичні центри, зокрема Ukrainian Prism, які у своїх звітах зазначають, що «міжвідомча конкуренція та відсутність єдиного бачення – головні бар'єри для ефективної м'якої сили України».

3. Прогноз щодо ролі м'якої сили у післявоєнному відновленні іміджу держави.

Гіпотезу про вирішальну роль м'якої сили у післявоєнному відновленні іміджу держави висунули провідні міжнародні експерти, зокрема Joseph Nye, який ще у 2014 році зазначав:

«Ті, хто уміє впливати на образ через м'яку силу, зможуть легше відновити довіру, залучати інвестиції і консолідувати політичну підтримку» [87].

Очевидним є те, що відбудова України вимагатиме не лише фізичної інфраструктури, а й нової ментальної моделі нації – сильної, відкритої, культурно багатой та європейсько-орієнтованої. І саме м'яка сила стане тим ресурсом, що дозволить:

- розвивати брендинг країни як «незламної нації»;
- залучати міжнародну аудиторію до процесів культурного відродження (фестивалі, резиденції, обміни);

– позиціонувати Україну як лідера регіону в гуманітарній, культурній та демократичній сферах.

Таким чином, майбутнє м'якої сили України залежить від її здатності інституціоналізувати здобутий під час війни досвід і трансформувати його у стратегічний національний ресурс. Умови війни стали каталізатором для появи нових підходів у культурній дипломатії, які варто зберегти та розвивати – для післявоєнного оновлення, відновлення іміджу та посилення позицій України у світі.

2.3. Цифрова дипломатія як сучасний інструмент міжнародної комунікації

У сучасному глобалізованому світі цифрові технології стали невід'ємною частиною міжнародних відносин. Цифрова дипломатія (е-дипломатія, кібердипломатія) – це застосування інформаційно-комунікаційних технологій державними та міжнародними інституціями для реалізації зовнішньополітичних цілей. Вона охоплює як офіційні канали (вебсайти посольств, публічні заяви у соціальних мережах), так і неформальні цифрові комунікації, що спрямовані на формування іміджу держави, вплив на іноземну громадськість і мобілізацію міжнародної підтримки.

Під час війни цифрова дипломатія для України стала не просто інструментом комунікації, а ключовим елементом інформаційного фронту. Через онлайн-платформи, соціальні мережі, цифрові кампанії держава комунікує з міжнародною аудиторією, формує позитивний наратив, викриває фейки та пропаганду, а також зміцнює довіру до себе як до демократичного партнера.

Утім, із розвитком цифрових платформ зростають і виклики. Кібербезпека, ризики дезінформації, фейкових кампаній, а також хакерські атаки становлять серйозну загрозу для ефективності цифрової дипломатії. Саме

тому комплексний розгляд цифрової дипломатії повинен включати як її потенціал, так і уразливості.

Проблема цифрової дипломатії заслуговує на особливу увагу серед науковців через стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій та необхідність адаптації дипломатичних практик до змін глобального середовища. Проблема стає надзвичайно актуальною на сучасному етапі розвитку науки, коли дедалі більше дипломатичних комунікацій здійснюється онлайн, а соцмережі стають важливими каналами впливу.

Переконливим є погляд дослідників, які визначають цифрову дипломатію як підвид публічної дипломатії, що використовує соціальні мережі для формування зовнішнього іміджу держави та впливу на міжнародну аудиторію. Українські науковці Тетяна Мірошниченко та Ганна Федорова наголошують, що «цифрова дипломатія означає використання соціальних мереж офіційними органами держави задля досягнення зовнішньополітичних цілей» [31, с. 58]. Ці погляди дотримуються і міжнародні фахівці, зокрема Kristin Anabel Eggeling, яка підкреслює, що цифрова дипломатія є практикою, нормами й інструментами дипломатії в умовах цифрового середовища – social media, месенджери, віртуальні простори – що трансформують способи ведення міждержавного діалогу [68, с. 1].

Є впевненість у тому, що цифрова дипломатія – це не просто використання технологій, а створення нової культури дипломатичної комунікації: швидкої, відкритої, інтерактивної. Дослідженням цієї проблеми займалася Юлія Чепелюк, яка вказує, що цифрова дипломатія володіє надзвичайним потенціалом для реалізації політики м'якої сили через обробку big data, аналіз соціальної активності та інтеграцію AI-інструментів у дипломатичний інструментарій [53, с. 252].

Таким чином, цифрова дипломатія охоплює:

- використання офіційних медіаканалів (Twitter, Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube);
- вебсайти державних інституцій як центр екстерної комунікації;

– інструменти аналітики, бота, big data, які формують меседжі та відслідковують реакцію аудиторії.

Не можна не зважати на те, що цифрова дипломатія забезпечує зворотний зв'язок у режимі реального часу, дозволяє проводити антикризові комунікації, координувати міжнародні кампанії та швидко реагувати на інформаційні загрози.

Однією з найважливіших особливостей досліджуваного об'єкта є багатогранність інструментів цифрової дипломатії, які поєднують у собі як традиційні (вебсайти), так і сучасні цифрові канали (соціальні мережі, месенджери). Зібраний і проаналізований фактичний матеріал дозволяє проілюструвати певні спостереження щодо функціонального розподілу цих інструментів у таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

**Основні інструменти цифрової дипломатії та їх особливості
застосування**

№	Інструмент	Характеристика	Приклади застосування
1	Соціальні мережі	Дають змогу миттєво поширювати інформацію, залучати аудиторію до діалогу	Twitter для офіційних заяв, Facebook для публічної дипломатії, Instagram – для іміджу
2	Офіційні вебсайти	Джерело перевіреної інформації, архів публікацій, візитів, пресрелізів	Сайти МЗС, дипмісій, посольств, міжнародних організацій
3	Месенджери	Канал для неформального, оперативного зв'язку, іноді для внутрішньої комунікації	Telegram, WhatsApp – для координації, внутрішньої комунікації, поширення заяв

Так, соціальні мережі виступають потужним засобом оперативного поширення інформації та залучення громадськості до комунікації. Вебсайти дипломатичних установ здебільшого використовуються як офіційні канали інформування, що мають формальний характер і високий рівень довіри. Месенджери, своєю чергою, служать для неформальної комунікації та швидкої координації дій.

Отже, найпоширенішими інструментами цифрової дипломатії є соціальні мережі, офіційні вебсайти та месенджери. Кожен з інструментів має свої функціональні переваги та виконує окремі завдання у цифровому просторі. Ефективне використання інструментів цифрової дипломатії дозволяє державам не лише підтримувати міжнародний імідж, а й впливати на глобальні аудиторії в реальному часі.

Проблема цифрової дипломатії заслуговує на особливу увагу серед науковців, адже вона означає суттєву трансформацію дипломатичної практики у новій епохі глобальних інформаційних технологій. На сучасному етапі розвитку науки це явище є надзвичайно актуальним, оскільки традиційні методи дипломатії поступово доповнюються новими онлайн-інструментами й форматами.

Як зазначає Corneliu Bjola та колеги, початок тенденції цифровізації дипломатії включає перехід від класичної дипломатії, яка базується на міждержавних контактах та закритій кореспонденції, до моделі, де інтернет і соціальні мережі стають ключовими каналами комунікації та впливу [62]. Водночас Ilan Manor у своїй фундаментальній праці *The Digitalization of Public Diplomacy* підкреслює, що цифрова дипломатія (digital diplomacy) характеризується не лише використанням технологій, але й зміною культури дипломатичної роботи – вона включає аналітику big data, мережеву комунікацію і інтерактивність [78]. Є впевненість у тому, що принципові відмінності між традиційною та цифровою дипломатією можна сформулювати так:

1. Комунікаційне охоплення та швидкість. Традиційна дипломатія здійснюється через паперову та усталену офіційну кореспонденцію, представництва, переговори, які відбуваються офлайн. Натомість цифрова дипломатія дозволяє миттєво звертатися до глобальних аудиторій через Twitter, Facebook, Instagram, YouTube тощо. Це означає прямий доступ до громадськості без посередників.

2. Прозорість і відкритість. Як свідчать дослідження, традиційні дипломатичні процеси часто відбуваються за закритими дверима. Цифрова

дипломатія, натомість, орієнтується на відкритий формат комунікації та забезпечує інтерактивність, коли кожен може коментувати повідомлення, ставити запитання або звертатися у реальному часі.

3. Акцент на публічну аудиторію. У традиційній моделі дипломатії основними контактами є уряди та офіційні особи. Цифрова дипломатія залучає широкий загал, блогерів, активістів, громадянське суспільство – тобто, орієнтована на публіку як на суб'єкта впливу.

4. Інструментальний характер. Цифрова дипломатія використовує аналітичні інструменти – моніторинг уподобань, sentiment-аналіз, bota-боти, big data, мережеве моделювання – що значно розширює можливості прогнозування і реагування.

Дослідження Mykola Trofymenko та Iryna Gridina з Mariupol State University підтверджують, що digital diplomacy включає storytelling і citizen diplomacy, які дозволяють громадянам особисто розповідати про війну й у такий спосіб впливати на міжнародний імідж України [98]. З одного боку, традиційна дипломатія фокусувалась на офіційних заявах, з іншого – цифрова, саме через storytelling, створює емоційний сюжет для закордонної аудиторії.

Отже, не можна не зважати на те, що цифрова дипломатія принципово змінює спосіб, як держава комунікує зі світом – вона інтегрує швидкість, прозорість і масову взаємодію, яких не могла забезпечити традиційна модель. Це призводить до трансформації самих норм дипломатичної практики, робить її більш адаптивною й ефективною у кризові періоди.

У сучасних умовах повномасштабної війни Росії проти України цифрова дипломатія набула надзвичайної актуальності як інструмент міжнародної комунікації, впливу та протидії дезінформації. Цифрові платформи, соціальні мережі, онлайн-ЗМІ стали не лише засобами донесення правди про події в Україні, а й ареною боротьби за міжнародну підтримку, мобілізацію світової спільноти та формування позитивного іміджу держави. У кризових обставинах держава була змушена оперативно адаптувати свою комунікаційну політику,

впроваджуючи нові стратегії цифрової дипломатії, що поєднують офіційну дипломатичну комунікацію з активністю у медіапросторі.

Роль цифрової дипломатії у воєнний час полягає не лише у передачі інформації, але й у створенні нових каналів міждержавної взаємодії, формуванні міжнародної коаліції на підтримку України, залученні гуманітарної допомоги та зміцненні довіри до української влади. На рис. 2.3 схематично зображено основні функції цифрової дипломатії України у міжнародному комунікативному просторі під час війни.

1. Інформаційна підтримка – оперативне інформування міжнародної спільноти про події в Україні через офіційні акаунти державних структур, МЗС, Президента, посольств.

2. Боротьба з дезінформацією – спростування фейків та маніпуляцій, поширюваних агресором, за допомогою верифікованого контенту та партнерських міжнародних платформ.

3. Мобілізація міжнародної підтримки – використання соціальних мереж для закликів до санкцій, допомоги, політичної солідарності.

4. Цифровий імідж держави – просування позитивного образу України як європейської демократичної держави, що бореться за свободу.

5. Гуманітарна дипломатія – поширення інформації про потреби цивільного населення, механізми допомоги, збори коштів, комунікація з діаспорою.

6. Вплив на міжнародну аудиторію – застосування англомовного контенту, мемів, відеозвернень, інфографіки для досягнення емоційного ефекту.



Рис. 2.3. Основні функції цифрової дипломатії України у період війни

У контексті повномасштабного вторгнення Росії в Україну цифрова дипломатія стала ключовим інструментом міжнародної комунікації. Головним чином, вона дозволила Україні ефективно доносити правду про війну, мобілізувати підтримку союзників, формувати позитивний імідж держави та протидіяти дезінформації. Маємо на увазі використання цифрових каналів – соціальних мереж, онлайн-медіа, відеозвернень та інших інструментів цифрового впливу – як повноцінної складової сучасної дипломатичної діяльності.

Особливо вагомим є внесок цифрової дипломатії у зміцнення міжнародної солідарності з Україною. По-перше, прикладами ефективних офіційних кампаній стали ініціатива United24, а також численні звернення Президента України до парламентів та народів інших країн через відеоформат, поширювані в соціальних мережах та на платформах на кшталт YouTube і Twitter/X.

Точніше, українські дипломати та державні установи активно ведуть комунікацію через офіційні акаунти в соціальних мережах, формуючи послідовний наратив та звертаючись безпосередньо до міжнародної аудиторії. Між іншим, особливу роль відіграє взаємодія з впливовими міжнародними медіа, блогерами та лідерами думок, які часто стають рупорами української позиції на глобальному рівні.

Основними напрямками реалізації цифрової дипломатії України в умовах війни є:

- офіційні цифрові ініціативи (наприклад, United24, платформа «Повертайся живим»);

- цифрова активність Президента України (відеозвернення, соціальні мережі, участь у міжнародних онлайн-форумах);
- комунікація українських дипломатів через Twitter/X, Facebook, Instagram;
- співпраця з міжнародними ЗМІ, налагодження контактів з журналістами, передача ексклюзивної інформації;
- взаємодія з інфлюенсерами, організація поїздок, екскурсій до України, спільних кампаній.

Дані напрямки демонструють міжвідомчу та багаторівневу взаємодію, де кожен елемент посилює загальний інформаційний фронт держави на міжнародній арені.

Маємо підкреслити, що Україна стала прикладом ефективного використання цифрових каналів для трансляції правди про війну, формування міжнародної коаліції підтримки, а також забезпечення зовнішньополітичної присутності у світових медіа. Головним чином, це реалізується через:

- офіційні державні кампанії, зокрема United24 – глобальну фандрейзингову платформу;
- регулярні відеозвернення Президента України до парламентів та урядів інших країн;
- активну роботу в соціальних мережах ключових дипломатів, таких як Дмитро Кулеба, та інституцій – МЗС, Офіс Президента, Центр стратегічних комунікацій тощо;
- налагоджену співпрацю з міжнародними журналістами, інфлюенсерами та блогерами, які висвітлюють війну з позиції захисту демократії [2].

Між іншим, важливим елементом цифрової дипломатії виявилася кібербезпека, що в умовах війни стала не лише технічною, а й стратегічною категорією міжнародної комунікації.

Слід мати на увазі, що російська агресія супроводжується масштабною інформаційною війною, яка включає дезінформацію, інформаційні атаки,

фейкові новини, маніпуляції та DeepFake-технології. Українські цифрові дипломати повинні вміти реагувати на такі виклики та оперативно їх спростовувати. Саме тому було створено, наприклад, ресурс «War on Fakes», а також підсилено присутність англomовних сторінок у Twitter, Facebook, YouTube та TikTok.

Особливо важливою є інфраструктурна безпека цифрових каналів. Війна супроводжується численними кібератаками на сайти державних установ України, наприклад – на портали урядових органів, “Дію”, акаунти міністерств у соцмережах. Напади часто координуються з активізацією інформаційних вкидів [66].

Точніше кажучи, захист інформаційного простору в умовах війни – це не лише технічне завдання, а й елемент стратегічних комунікацій. Саме тому Україна постійно модернізує інфраструктуру захисту даних, впроваджує рекомендації партнерів із НАТО та ЄС щодо кібергігієни та реагування на атаки.

Маємо на увазі також те, що важливу роль відіграє співпраця з міжнародними партнерами. Україна активно працює з ЄС, США, Великою Британією та міжнародними організаціями у сфері кібербезпеки. Наприклад, у межах Європейської служби зовнішніх справ створено Європейську платформу з протидії кіберзагрозам, до якої Україна отримала доступ [67]. Також діє партнерство з USAID щодо розвитку цифрової безпеки українських інституцій.

Отже, цифрова дипломатія в умовах війни не лише формує міжнародну підтримку, а й захищає інформаційний фронт держави. Вона є багатовимірним інструментом, який поєднує публічну дипломатію, стратком та кібербезпеку як ключові компоненти національної стійкості.

Є впевненість у тому, що цифрова дипломатія має потенціал стати потужним інструментом зовнішньої політики України. З огляду на виклики повномасштабної війни, українська держава вже продемонструвала ефективні приклади використання цифрових каналів для дипломатичних цілей, зокрема у сфері публічної дипломатії, стратегічних комунікацій та протидії дезінформації.

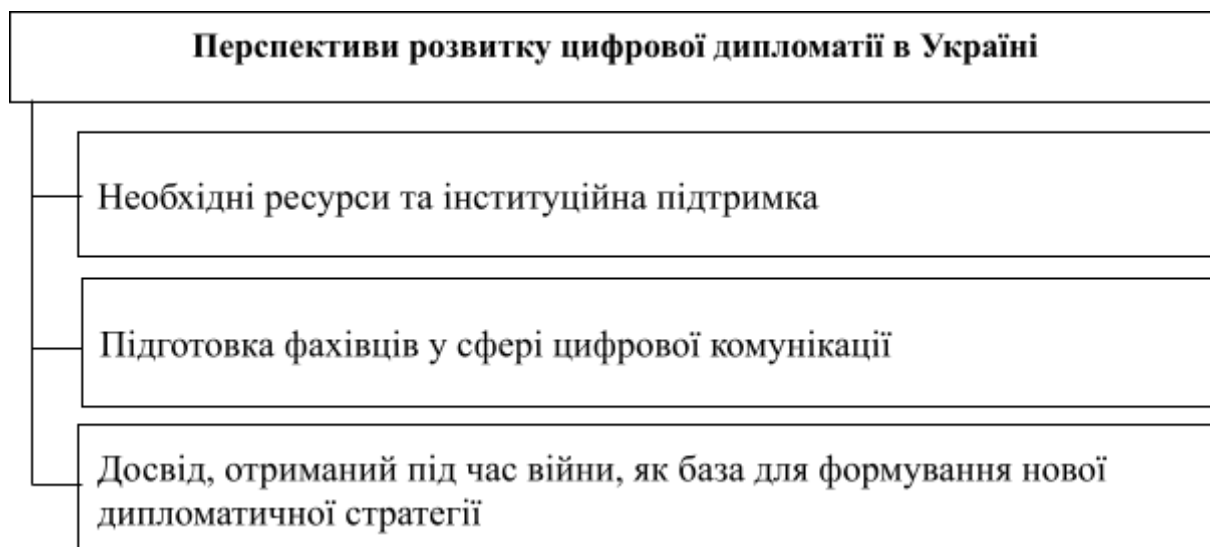


Рис. 2.4. Перспективи розвитку цифрової дипломатії в Україні

Для розвитку цифрової дипломатії потрібно забезпечити належне фінансування, створення спеціалізованих структур у МЗС, налагодження міжвідомчої співпраці та підтримку ІТ-сектору.

Україна потребує дипломатів нового покоління – експертів, які володіють не лише знанням міжнародного права та політики, а й цифровими навичками, вмінням працювати з аудиторією онлайн, аналізувати Big Data, вести комунікації через соціальні платформи тощо. Комунікаційна мобілізація, digital-кампанії, участь у глобальних інформаційних ініціативах (наприклад, #StandWithUkraine) засвідчили ефективність цифрових інструментів у міжнародному контексті. Це слід інституалізувати та розвивати на постійній основі.

Таким чином, розвиток цифрової дипломатії в Україні потребує комплексного підходу, що включає інституційну модернізацію, інвестиції в людський капітал та стратегічне осмислення досвіду війни.

Усе це свідчить про те, що цифрова дипломатія вже зараз відіграє важливу роль у міжнародній суб'єктності України. Є очевидним, що вона має потенціал для подальшого зростання та професіоналізації, особливо в умовах гібридної війни та інформаційного протистояння.

Це дозволяє зробити висновок, що цифрова дипломатія повинна стати пріоритетним напрямом зовнішньої політики, орієнтованим на нові комунікаційні виклики XXI століття.

Висновки до розділу 2

Публічна дипломатія відіграє ключову роль у формуванні позитивного міжнародного іміджу держави, що, у свою чергу, сприяє зміцненню її позицій у світовій спільноті та забезпеченню національної безпеки. Завдяки стратегічним інформаційним кампаніям, взаємодії з іноземною аудиторією та активній присутності у глобальному інформаційному просторі, держава може ефективно захищати свої інтереси та протидіяти зовнішнім загрозам.

М'яка сила, зокрема культурна дипломатія, забезпечує вплив без примусу, формуючи симпатію до держави через мову культури, мистецтва, освіти та спільних цінностей. Вона сприяє налагодженню довготривалих міжнародних зв'язків, зміцнює довіру до держави та формує її позитивний імідж, що є особливо важливим в умовах глобальної конкуренції та інформаційних викликів.

Цифрова дипломатія стала потужним інструментом міжнародного впливу, дозволяючи державам оперативно реагувати на глобальні події, просувати свою позицію в цифровому просторі та залучати широку аудиторію через соціальні

мережі та інші онлайн-платформи. Її ефективне застосування залежить від професійної підготовки фахівців, розвитку цифрової інфраструктури та здатності держави адаптуватися до нових форм глобальної комунікації.

РОЗДІЛ 3

АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ НА ПРИКЛАДІ КРАЇН СВІТУ

3.1. Досвід США у використанні публічної дипломатії

У сучасній системі міжнародних відносин США традиційно вважаються одним із провідних акторів, які активно використовують публічну дипломатію як інструмент м'якої сили для просування своїх стратегічних інтересів у світі. Вже з періоду «холодної війни» американська дипломатія включала в себе не лише класичні форми офіційної взаємодії, але й цілеспрямовану роботу з громадськістю інших країн через освітні, медійні, культурні та гуманітарні проєкти. Особливого значення ця діяльність набула в умовах глобалізації, цифрової трансформації та зростаючої конкуренції на міжнародній арені.

Досвід США є показовим завдяки чіткості стратегії, масштабності реалізації, фінансовій підтримці та наявності потужних державних і напівдержавних інституцій, які системно займаються публічною дипломатією. Його вивчення дозволяє глибше зрозуміти потенціал публічної дипломатії в зміцненні іміджу держави, забезпеченні впливу на зовнішню аудиторію та

формуванні сприятливого середовища для досягнення зовнішньополітичних цілей.

Початки інституалізації публічної дипломатії в США сягають епохи «холодної війни», коли виникла необхідність вести не лише військово-політичну, а й інформаційну боротьбу за вплив у світі. У 1953 році адміністрація Ейзенхауера створила United States Information Agency (USIA) – агентство, що стало основним інструментом реалізації американської публічної дипломатії, поєднуючи культурну діяльність, інформаційне мовлення та обміни [103].

Є впевненість у тому, що створення USIA стало відповіддю на потребу США протистояти ідеологічному впливу СРСР засобами «м'якої сили». Агентство діяло у понад 150 країнах, транслюючи програми, видаючи книги, організовуючи культурні заходи, мовлячи через Voice of America на стомільйонну аудиторію [90]. Ці факти переконують у тому, що USIA була масштабною інформаційною машиною, призначеною впливати на світову громадську думку.

Перехід від USIA до нової моделі відбувся у 1999 році, коли агентство було ліквідовано, а його функції передано Державному департаменту США. Це засвідчило трансформацію інституційної основи публічної дипломатії, адаптуючись до нових викликів інформаційного середовища та потреби міжвідомчої координації [91].

Проблема є актуальною, оскільки із завершенням «холодної війни» змінилися глобальні безпекові та інформаційні виклики, що змусило Сполучені Штати Америки адаптувати свою систему публічної дипломатії до нових умов. Проблема є також дискусійною, оскільки в науковому середовищі досі тривають дебати щодо ефективності реформ 1990–2000-х років і доцільності розподілу функцій між державними інституціями.

Після ліквідації USIA у 1999 році функції публічної дипломатії були передані Державному департаменту США, зокрема його Bureau of Educational and Cultural Affairs (ECA) та Bureau of Global Public Affairs. Цей перехід

позначився зменшенням автономності комунікаційної політики, що викликало певні організаційні складнощі. Як зазначає американська дослідниця Ненсі Сноу, публічна дипломатія стала частиною ширшої комунікаційної архітектури, але при цьому потребує чіткішої стратегії та фінансування [46].

Гіпотезу про зміну підходів до публічної дипломатії США висунув також Джозеф Най – автор концепції «м'якої сили». Він підкреслює, що після 2001 року США зіткнулися з новим завданням – пояснювати свої зовнішньополітичні дії не лише союзникам, а й значно ширшій світовій аудиторії, включаючи населення країн Близького Сходу [87].

Актуальна концепція американської публічної дипломатії, починаючи з початку XXI століття, базується на таких засадах:

- довгострокові міжкультурні обміни (Fulbright, IVLP, Youth Exchange Programs);
- глобальні інформаційні кампанії (через «Voice of America», «ShareAmerica»);
- підтримка демократичних інституцій та громадянського суспільства через USAID;
- цифрова дипломатія (social media, targeted messaging, crisis response).

Маємо на увазі, що основною метою стало формування позитивного сприйняття США як партнера, що не лише захищає власні інтереси, але й підтримує глобальну стабільність, права людини та розвиток.

Слід мати на увазі, що одним із головних викликів сучасної публічної дипломатії США є конкуренція з боку альтернативних наративів (зокрема, з боку Китаю) та інформаційна втома у глобальній аудиторії.

Із розвитком міжнародних комунікацій та загостренням ідеологічного протистояння у XX столітті, публічна дипломатія США набула системного характеру, поступово трансформувавшись із сукупності окремих ініціатив у цілісну політику, спрямовану на формування сприятливого образу Сполучених Штатів за кордоном.

Після Другої світової війни, а особливо в умовах «холодної війни», почалася інституалізація інструментів впливу на зарубіжну аудиторію. Частина з них мала гуманітарний і культурний характер (освітні програми, обміни), інша – інформаційний (радіо, телебачення), а ще інша – підтримувала громадянське суспільство та інституційну розбудову в інших країнах.

З часом ці інструменти почали групуватися навколо окремих державних агентств або програм. Серед ключових і найбільш впливових можна виокремити:

Таблиця 3.1

Основні інструменти публічної дипломатії США

Назва інструменту / програми	Основні функції	Цільова аудиторія / регіон	Орган управління / реалізації
USAID	Сприяння демократії, розвиток громадянського суспільства, економічна та гуманітарна допомога	Країни, що розвиваються; зони конфліктів	Агентство США з міжнародного розвитку
Fulbright Program	Академічні обміни, підтримка досліджень, формування інтелектуального діалогу	Студенти, науковці, викладачі з усього світу	Держдепартамент США, ІІЕ (США)
Voice of America (VOA)	Інформаційне мовлення за кордон, поширення новин, підтримка свободи слова	Глобальна аудиторія (45+ мов)	USAGM (U.S. Agency for Global Media)
Exchange Programs (IVLP, YLP)	Короткотермінові навчальні візити, професійні обміни, ознайомлення з політикою США	Молодь, лідери думок, активісти	Бюро освітніх та культурних програм
American Corners / Centers	Локальні культурно-інформаційні хаби у партнерстві з	Міста країн-партнерів (у т. ч. Україна)	Посольства США, партнери на місцях

	бібліотеками та університетами		
Cultural Envoys	Поїздки американських митців, музикантів, тренерів для презентації культури США	Країни-партнери, країни зі складною геополітичною ситуацією	Державний департамент США

Маємо підкреслити, що всі ці інструменти, хоч і відрізняються за змістом і формою реалізації, виконують одну стратегічну мету – зміцнення позицій США у світі шляхом формування позитивного іміджу, просування цінностей демократії, свободи слова, відкритості й культурного діалогу.

Особливо помітною є синергія між культурною, інформаційною та гуманітарною складовими, коли, наприклад, обмінні програми доповнюються медіапідтримкою через VOA, а USAID забезпечує стабільність середовища, у якому американські цінності можуть бути сприйняті.

Це дозволяє зробити висновок, що публічна дипломатія США не обмежується «м'якою силою» в культурному розумінні, а є мультиінструментальною моделлю зовнішньої політики, яка використовує як урядові канали, так і партнерські ініціативи з залученням громадського сектору.

Публічна дипломатія у США є системною та ієрархічно організованою частиною зовнішньої політики, яка базується на міжвідомчій координації, наявності стабільної законодавчої бази та значному фінансуванні. Такий підхід дозволяє забезпечити ефективне управління як довгостроковими стратегіями, так і гнучке реагування на поточні міжнародні виклики [29, с. 57].

Головним координатором діяльності в сфері публічної дипломатії виступає Державний департамент США. У його структурі функціонує Бюро з освітніх і культурних програм (Bureau of Educational and Cultural Affairs, ECA), яке адмініструє програми академічних обмінів, такі як Fulbright Program, International Visitor Leadership Program (IVLP) тощо [65, с. 89].

Крім того, Бюро глобальних зв'язків з громадськістю (Global Public Affairs) відповідає за інформаційне висвітлення політики США, підтримку

дипломатів у сфері комунікації та координацію цифрових стратегій. Саме ці підрозділи є «фронтом» м'якої сили США у світі [86, с. 34].

Публічна дипломатія США ґрунтується на взаємодії уряду з приватними і неурядовими структурами. Наприклад, адміністрування програми Fulbright здійснюється у партнерстві з Institute of International Education (ІІЕ), тоді як програми підтримки демократії реалізуються через USAID спільно з місцевими НУО [19, с. 102].

Крім офіційних інструментів, важливу роль відіграють культурні проєкти та громадські простори, такі як American Corners, що функціонують у партнерстві з місцевими бібліотеками, університетами й культурними центрами [29, с. 61].

Фінансування публічної дипломатії США здійснюється з федерального бюджету відповідно до низки законів:

- U.S. Information and Educational Exchange Act (Smith–Mundt Act, 1948) – визначає основи міжнародного обміну інформацією;
- Foreign Assistance Act (1961) – легітимізує діяльність USAID;
- International Broadcasting Act (1994) – врегульовує діяльність USAGM, яка контролює міжнародне мовлення (Voice of America, Radio Free Europe/Radio Liberty тощо) [99, с. 26].

У 2023 році Державний департамент отримав понад \$700 млн на культурно-освітні програми, а бюджет USAGM сягнув \$882 млн, що свідчить про зростаючу вагу публічної дипломатії в зовнішньополітичному курсі США [65, с. 92].

Є очевидним, що публічна дипломатія США має чітко структуровану організаційну модель, яка охоплює як державні, так і недержавні інституції. Ця модель базується на законодавчій основі, багаторівневій координації та стратегічному фінансуванні, що дозволяє Сполученим Штатам успішно реалізовувати свої національні інтереси за допомогою «м'якої сили». На рис. 3.1 схематично подано ключові напрями впливу публічної дипломатії США на стабілізацію міжнародного середовища.



Рис.3.1. Вплив публічної дипломатії США

Центральною ланкою виступає стратегічна комунікація, яка охоплює такі інструменти, як інформаційна підтримка, культурні обміни, освітні програми та гуманітарна допомога. Від цієї базової системи відходять три вектори впливу: Центральна Європа, Близький Схід, Південно-Східна Азія, кожен з яких демонструє конкретні ефекти американських зусиль – від зміцнення демократичних інституцій до налагодження міжкультурного діалогу.

Є очевидним, що США використовують публічну дипломатію як інструмент довгострокового впливу на регіони, де існують потенційні або активні конфлікти. Зокрема, в Центральній Європі ця діяльність сприяла закріпленню трансатлантичної єдності після розпаду СРСР. Програми типу Fulbright та культурні ініціативи American Corners стали засобами глибшої інтеграції країн регіону в західні політичні та безпекові структури [86, с. 78].

На Близькому Сході, незважаючи на складність ситуації, інструменти публічної дипломатії допомогли у створенні локальних ініціатив з підтримки освіти, медіаграмотності та боротьби з екстремізмом. Згідно з дослідженням С. Melissen, саме публічна дипломатія, що поєднує «soft power» та локалізовані меседжі, сприяє поступовому зміні ставлення до США в регіоні [81, с. 53].

У Південно-Східній Азії діяльність USAID та міжнародних освітніх програм сприяла укріпленню регіонального співробітництва у сфері інновацій,

демократії та сталого розвитку, зокрема в таких країнах, як Індонезія, Філіппіни та В'єтнам.

Водночас публічна дипломатія США зазнає критики через надмірну політизацію, зокрема у випадках, коли медіаплатформи, як-от Voice of America, використовуються не для налагодження діалогу, а для просування чітких зовнішньополітичних наративів. Це викликає питання довіри до джерел інформації, особливо у країнах із сильним антиамериканським дискурсом.

Доведено, що в умовах антагоністичного середовища (наприклад, у Венесуелі, Ірані або Китаї) ефективність американської публічної дипломатії значно знижується. Деякі дослідники вважають, що у таких випадках *soft power* може мати обмежений вплив без підтримки інших інструментів зовнішньої політики [65, с. 112].

Аналіз публічної дипломатії США засвідчує, що ця модель є гнучкою, багаторівневою та орієнтованою на стратегічне довготривале партнерство. Серед сильних сторін американського підходу можна виділити інституційну сталість, гнучке фінансування через USAID, розгалужену мережу академічних і культурних програм (Fulbright, Exchange Programs), а також ефективну присутність у глобальному інформаційному просторі через «Voice of America» та цифрові платформи. Водночас, до слабких сторін належить схильність до політизації меседжів, залежність від змін адміністрацій, а також нерідко – сприйняття цієї дипломатії як «односторонньої комунікації», що обмежує діалогічність.

Для України, яка перебуває у стані трансформації, постійної боротьби за міжнародну підтримку та потребує ефективної публічної дипломатії, американський досвід може бути надзвичайно корисним. Особливо це стосується впровадження цільових освітніх програм, залучення української діаспори, координації між державною та громадською дипломатією, а також формування позитивного образу держави на міжнародній арені через стійкі культурно-інформаційні ініціативи.

Актуальність інструментів на кшталт Fulbright або цифрових платформ надзвичайно висока для країн, що проходять через постконфліктні чи перехідні періоди, як-от Україна. Вони дозволяють будувати мережі довіри, залучати міжнародну експертизу та просувати власні наративи через партнерські механізми.

Потенціал для партнерських програм між Україною та США, а також з іншими країнами, які вже адаптували схожі практики (наприклад, Польща, Литва), полягає в розвитку спільних ініціатив у сфері стратегічних комунікацій, академічного обміну, цифрової дипломатії та розбудови інституційної спроможності. У цьому контексті важливо забезпечити не лише «перенесення» формату, але й глибоку локалізацію інструментів, з урахуванням національного контексту, викликів та ресурсних можливостей.

У таблиці 3.2 представлено ключові інструменти публічної дипломатії США, їхнє призначення, переваги та оцінку можливостей адаптації для українського контексту. Вона дозволяє чітко простежити, які механізми працюють найефективніше, які вже частково застосовуються в Україні (наприклад, Fulbright), а також ті, що потребують подальшої інституціоналізації (зокрема, цифрова дипломатія або створення українського мовника для іноземної аудиторії).

Таблиця 3.2

Порівняння інструментів публічної дипломатії США та можливостей їх адаптації в Україні

Інструмент (США)	Призначення	Переваги	Можливість адаптації в Україні
USAID	Демократизація, гуманітарна та економічна підтримка	Гнучке фінансування, робота через місцеві НУО	Можливо за умов тісної координації з МЗС та інституціями розвитку
Fulbright Program	Академічні та наукові обміни	Поширення знань, побудова партнерств, іміджева присутність	Уже діє в Україні; варто розширити фінансування і тематику обмінів

Voice of America (VOA)	Інформаційна дипломатія, мовлення для іноземної аудиторії	Потужний вплив, багатомовність, цифрові платформи	Доцільно створити український аналог для міжнародного мовлення
American Corners / Spaces	Культурна дипломатія, неформальна освіта	Простори доступу до американської культури і мови	Можна розширити через культурні центри при посольствах та вишах
Cultural Envoys	Культурні місії, події за участю митців, дипломатів, науковців	Побудова міжлюдських зв'язків, зміцнення іміджу	Україна має потенціал – можна активізувати за підтримки МКІП, УКФ, УІК
Digital diplomacy	Цифрові канали для комунікації з глобальною аудиторією	Швидкість реагування, широта охоплення	Уже використовується, але потребує інституційної координації

Особливу увагу варто звернути на такі інструменти, як USAID та American Spaces, які базуються на співпраці з громадянським суспільством, і можуть бути ефективними в Україні за умови налагодження сталих партнерських моделей. Натомість впровадження українських «Cultural Envoys» могло б стати новим напрямом, здатним підсилити міжнародну присутність держави через культурний обмін.

Таким чином, підсумовуючи і аналізуючи досвід США у використанні публічної дипломатії, можна констатувати, що американська модель є системною, багаторівневою та стратегічно орієнтованою. Вона поєднує державні, громадські та приватні інституції, забезпечує взаємодію через культурні, освітні, інформаційні та цифрові канали. Сильними сторонами підходу є глобальний масштаб охоплення, сталість фінансування, висока інституційна спроможність та гнучкість у реагуванні на кризові ситуації. Водночас, серед вразливих аспектів – ризик політизації, сприйняття подвійних стандартів і зменшення ефективності у країнах із високим рівнем антагонізму до США. Для України цей досвід є цінним, особливо у сфері розвитку академічних програм обміну, цифрової дипломатії та інформаційного мовлення, що може стати інструментом зміцнення міжнародної підтримки, формування

позитивного іміджу та захисту національних інтересів у глобальному інформаційному просторі.

3.2. Публічна дипломатія Європейського Союзу та її особливості

Публічна дипломатія Європейського Союзу (ЄС) має власну специфіку, яка відрізняє її від американської моделі, розглянутої вище. Якщо підхід США характеризується глобальною спрямованістю та активним використанням національних ресурсів, то публічна дипломатія ЄС є багатонаціональною та багаторівневою системою, де важлива роль належить координації між інституціями Союзу та державами-членами. ЄС поєднує політичну, економічну, культурну та гуманітарну складові з метою утвердження цінностей демократії, верховенства права, прав людини та сталого розвитку у світі. В умовах зростання глобальних викликів, таких як дезінформація, міграційні кризи та регіональна нестабільність, ЄС адаптує інструменти своєї публічної дипломатії, використовуючи як традиційні методи (культурні програми, освітні обміни), так і сучасні цифрові канали комунікації.

Проблема становлення публічної дипломатії ЄС є актуальною, адже прослідковується її еволюція від галузевих економічних структур до сучасного багатоформатного комунікаційного підходу. Першочерговим кроком у становленні зовнішньої комунікації стало створення Європейського об'єднання вугілля та сталі (ECSC) у 1951 році, ініційованого за планом Робера Шумана, що прагнув об'єднати європейські економічні інтереси для запобігання конфліктам між Францією та Німеччиною [71]. Це надало старту наднаціональним структурам, що вийшли за рамки суто економічної інтеграції.

Надалі, за конференцією в Мессіні (1955), відбувся перехід до ширшої економічної співпраці: підписання Римського договору 1957 року заклало основу для формування Європейського економічного співтовариства (ЕЕС), що стало зануреною моделлю країн, які спільно формували єдиний ринок і започаткували нову політику інтеграції [97].

На цьому етапі вже створювалися інформаційні стратегії – у 1954–55 роках було відкрито перші інформаційні офіси ЕК у США та Великій Британії, що свідчить про ранню готовність Європейського співтовариства комунікувати з міжнародною аудиторією [96].

У 1970 році започатковано Європейську політичну кооперацію (ЕРС) – першу форму політичної координації між державами-членами поза межами економічної інтеграції, що поклало початок формуванню спільної зовнішньополітичної поведінки [79].

Таким чином, передумови для розвитку публічної дипломатії ЄС виникли вже на ранніх етапах інтеграції. Саме трансформація від суто економічного об'єднання до міжурядової політичної координації дала змогу закласти основу міжнародної комунікації ЄС.

Важливим зламом у розвитку стало підписання Лісабонського договору (2007 р., набрав чинності у 2009 р.), який передбачив створення Європейської служби зовнішніх дій (European External Action Service, EEAS) як інституції, що поєднує дипломатичний корпус ЄС та координує зовнішню політику від імені Союзу. EEAS почала офіційно функціонувати з 1 грудня 2010 р., інтегрувавши як представників Європейської Комісії, так і національних дипломатичних служб країн-членів. У таблиці 3.3 подано етапи інституалізації публічної дипломатії ЄС.

Таблиця 3.3

Етапи інституалізації публічної дипломатії ЄС

Період	Ключові події та інституційні зміни	Стратегічні документи / концепції	Значення для публічної дипломатії
1950–1970-ті	Заснування ECSC (1951), ЕЕС (1957), відкриття перших інформаційних офісів у США та Великій Британії	Римський договір (1957)	Початок комунікацій із зовнішнім світом, створення основи інформаційної політики
1970–1990-ті	Європейська політична кооперація (ЕРС), розширення політичних	Єдиний європейський акт (1986)	Поступове наближення до спільної зовнішньої політики

	консультацій, медійних контактів		
1993–2000-ті	Запровадження Спільної зовнішньої та безпекової політики (CFSP)	Маастрихтський договір (1993)	Розширення інструментів зовнішнього впливу
2009–2010	Лісабонський договір, створення EEAS	Лісабонський договір (2007)	Формування централізованої служби зовнішніх дій ЄС
2010–2020	Розвиток публічної дипломатії через Erasmus+, цифрові комунікаційні стратегії	Global Strategy for the EU's Foreign and Security Policy (2016)	Інституційна зрілість, вихід на глобальний рівень
2020–до тепер	Активне використання цифрової дипломатії та стратегічних комунікацій у кризових ситуаціях (COVID-19, війна в Україні)	EU Strategic Compass (2022)	Гнучкість, швидка адаптація до нових викликів

Таким чином, аналіз етапів інституалізації свідчить про поступову трансформацію ЄС від економічного об'єднання до глобального актора зі сформованою системою публічної дипломатії. Створення EEAS стало ключовим моментом у цій еволюції, адже об'єднало інституційні ресурси для більш цілісної зовнішньої комунікації. Є очевидним, що сучасна публічна дипломатія ЄС базується на поєднанні традиційних дипломатичних інструментів та цифрових технологій, а стратегічні документи, зокрема Global Strategy (2016) і Strategic Compass (2022), закріплюють її гнучкість і здатність до швидкої реакції на глобальні виклики.

Безсумнівно, що сучасна публічна дипломатія ЄС функціонує завдяки цілісній системі інструментів, спрямованих на розширення освітніх, культурних, інформаційних та гуманітарних зв'язків із зовнішнім світом. У такий же спосіб знаходить свій вияв поєднання «м'якої сили» та стратегічних комунікацій, що дозволяє Євросоюзу підтримувати власний позитивний образ, впливати на громадську думку та формувати партнерські відносини з країнами за межами Союзу.

Erasmus+ виступає одним із найбільш впізнаваних і результативних інструментів, спрямованих на розвиток освітніх та культурних зв'язків. Програма фінансує академічну мобільність студентів, викладачів і дослідників, а також підтримує спільні освітні проекти, сприяючи формуванню покоління, орієнтованого на європейські цінності [70].

Не менш важливою складовою є діяльність Європейських культурних інститутів та мережі EUNIC (European Union National Institutes for Culture), яка об'єднує національні культурні інститути країн-членів ЄС для реалізації спільних проектів у сфері культури, мистецтва та міжкультурного діалогу. Це дозволяє не лише популяризувати європейську культурну спадщину, але й налагоджувати довгострокові партнерські відносини на основі культурної дипломатії.

Інформаційні та цифрові платформи ЄС, такі як офіційні вебсайти Європейської Комісії, EEAS, соціальні мережі та мультимедійні ресурси, стали ключовим каналом комунікації у XXI ст. Вони дають змогу швидко поширювати інформацію, реагувати на кризові ситуації та вести діалог із громадськістю у глобальному масштабі.

Окремий напрям становлять гуманітарні місії та проекти розвитку, що реалізуються під егідою ЄС у партнерстві з міжнародними організаціями. Через інструменти гуманітарної допомоги, підтримки відновлення інфраструктури та сприяння стабільності у кризових регіонах Євросоюз формує позитивний імідж глобального миротворця та надійного партнера.

У таблиці 3.4 узагальнено основні інструменти публічної дипломатії Європейського Союзу.

Таблиця 3.4

Ключові інструменти публічної дипломатії ЄС

№	Інструмент	Основна мета	Приклади реалізації
1	Erasmus+	Розширення освітніх і культурних зв'язків, розвиток мобільності	Студентські та викладацькі обміни, спільні магістерські програми, проекти молодіжних організацій

2	Європейські культурні інститути та мережа EUNIC	Популяризація європейської культури, міжкультурний діалог	Спільні культурні фестивалі, мистецькі резиденції, виставки
3	Інформаційні та цифрові платформи ЄС	Поширення інформації, стратегічні комунікації	Офіційні сайти ЄК і EEAS, сторінки у соцмережах, мультимедійні кампанії
4	Гуманітарні місії та проєкти розвитку	Сприяння стабільності та відновленню у кризових регіонах	Допомога країнам Африки та Близького Сходу, програми розвитку інфраструктури
5	Євроінтеграційні наративи	Формування позитивного образу ЄС та його цінностей	Комунікаційні стратегії для країн-кандидатів та сусідніх держав

Проведений аналіз показує, що публічна дипломатія ЄС базується на поєднанні програм довгострокової співпраці (Erasmus+, EUNIC) та гнучких інструментів реагування (цифрові платформи, гуманітарні місії). Це дозволяє Євросоюзу одночасно зміцнювати свій позитивний імідж і впливати на формування політичних, економічних та культурних орієнтирів партнерських країн.

Маємо підкреслити, що євроінтеграційні наративи відіграють ключову роль у формуванні цілісного та привабливого образу Європейського Союзу як на глобальній арені, так і у свідомості громадян країн-кандидатів та партнерів. Слід мати на увазі, що стратегічна комунікація ЄС у цій сфері спирається на комплексне просування спільних європейських цінностей – демократії, верховенства права, поваги до прав людини та сталого розвитку. Саме ці засадничі принципи виступають основою політичної ідентичності Євросоюзу та формують його «м'яку силу» у світовій системі міжнародних відносин.

Важливо враховувати, що використання наративів розширення та партнерства дозволяє ЄС вибудовувати взаємовигідні відносини з країнами, які прагнуть інтеграції або тіснішої співпраці. Через публічну дипломатію ЄС передає меседжі про економічні переваги, політичну стабільність та соціальні стандарти, пов'язані з членством у Союзі. Це особливо важливо для держав, що перебувають на етапі трансформаційних реформ, адже підтримка громадської думки у цих країнах суттєво впливає на політичний процес.

Роль у формуванні позитивного образу ЄС у країнах-кандидатах і партнерах проявляється не лише через офіційні заяви та документи, а й через культурні проекти, молодіжні програми та інформаційні кампанії. Така комплексна робота дозволяє не тільки закріпити імідж ЄС як надійного партнера, але й протидіяти дезінформації та альтернативним наративам, що можуть підривати довіру до інтеграційного процесу.

Представлені у таблиці 3.5 ключові наративи демонструють стратегічний підхід ЄС до формування позитивного міжнародного іміджу та просування власних цінностей. Застосування комплексних інструментів – від освітніх програм до інфраструктурних інвестицій – забезпечує багатовимірний вплив на країни-партнери. Цілі цих наративів спрямовані на підтримку демократичних реформ, економічного розвитку, безпеки та стабільності, що водночас зміцнює позиції ЄС як глобального актора.

Таблиця 3.5

Ключові євроінтеграційні наративи ЄС та їхні цілі

№	Євроінтеграційний наратив	Зміст та інструменти реалізації	Ціль та очікуваний ефект
1	Демократія та верховенство права	Програми правової допомоги, обміни досвідом між судовими системами, моніторингові місії	Підвищення рівня довіри до інституцій та формування стійких демократичних практик
2	Права людини та рівність	Кампанії з недискримінації, гендерної рівності, захисту меншин; підтримка НУО	Створення інклюзивного середовища та просування стандартів прав людини
3	Економічні можливості та розвиток	Фінансування інфраструктурних проєктів, підтримка бізнесу, Erasmus for Young Entrepreneurs	Стимулювання економічного зростання та конкурентоспроможності партнерських країн
4	Соціальна згуртованість і культурний обмін	Erasmus+, EUNIC, культурні фестивалі, обміни митцями	Зміцнення міжкультурного діалогу та взаємної поваги

5	Безпека та стабільність	Програми з кібербезпеки, прикордонного контролю, гуманітарні місії	Запобігання конфліктам, посилення безпеки та кризового реагування
6	Партнерство та розширення	Переговори про вступ, асоціаційні угоди, спільні економічні простори	Поглиблення інтеграції та розширення впливу ЄС на сусідні регіони

Проблема ефективного управління публічною дипломатією стає особливо актуальною у контексті багату рівневого функціонування ЄС. Маємо підкреслити, що ключовими акторами в цій системі є Європейська Комісія та Європейська служба зовнішніх дій (EEAS), які відповідають і за стратегічне планування, і за координацію міждержавних ініціатив, а також за інформаційні та культурні комунікації, що базуються на спільних цінностях [17].

Слід мати на увазі, що Європейська Комісія, будучи органом із правом законодавчої ініціативи, контролює бюджет, формує зовнішню політику розвитку через DG INTPA, а також виступає головним рушієм ідейної частини публічної дипломатії ЄС. У свою чергу, EEAS, створена після Лісабонського договору, об'єднала дипломатів Комісії, Ради та держав-членів, виконуючи функцію координатора та представника ЄС у світі. EEAS також відповідає за узгодження комунікаційних потоків, стратегічні повідомлення та управління мережею делегацій [58].

У такий же спосіб знаходить свій вияв співпраця між інституціями ЄС та державами-членами: EEAS працює в тісному контакті з національними МЗС, культурними структурами й НУО для реалізації публічної дипломатії в третіх країнах. Також активною є взаємодія з міжнародними організаціями, включаючи ООН та НАТО, в межах координації гуманітарних та культурних програм.

Слід мати на увазі, що ключовим фінансовим інструментом є Neighbourhood, Development and International Cooperation Instrument – Global Europe (NDICI-GE), який забезпечує ринкове та швидке реагування на зовнішні

виклики за рахунок великого бюджету. Законодавча база для цього – різні регламенти ЄС та рамкові документи, наприклад, *Global Strategy for the EU's Foreign and Security Policy* (2016) та *Strategic Compass* (2022), що окреслюють стратегічні напрямки зовнішніх комунікацій [83].

Це дозволяє зробити висновок, що організаційна структура публічної дипломатії ЄС базується на чіткій міжінституційній взаємодії між Комісією, EEAS та державами-членами. Збалансоване поєднання бюджетних ресурсів через NDICI, правової бази та мережі делегацій створює ефективний інструмент впливу, який допомагає ЄС бути послідовною та видимою силою на міжнародній арені.

Як уже вказувалося раніше, публічна дипломатія ЄС є багатовимірним і координованим інструментом зовнішньої політики; тому можна проаналізувати її ефективність через конкретні регіональні кейси, сильні/слабкі сторони та порівняння з американською моделлю.

У країнах Східного партнерства (Україна, Молдова, Грузія) – ЄС активно використовує інструменти – асоціаційні угоди, програми технічної допомоги, Erasmus+, інформаційні кампанії про європейські стандарти – щоб підсилити євроінтеграційні прагнення в регіоні. Це дає відчутні результати у вигляді правового та інституційного наближення, зростання підтримки європейського курсу серед населення (де умови сприятливі), але також породжує контрнаративи та опір у країнах із сильними проросійськими силами.

Африка. Через програми розвитку, гуманітарну допомогу і торгові ініціативи (NDICI / Global Europe, програми розвитку, гуманітарні місії) ЄС демонструє компактний «практичний» soft power – будівництво інфраструктури, підтримка сільських громад, допомога в охороні здоров'я. Це зміцнює довіру до ЄС як донора, але іноді зустрічає скептицизм через повільність процедур та сприйняття бюрократії.

Південно-Східна Азія. Інструменти взаємодії (економічні угоди, Erasmus+, культурні проекти, діалог з ASEAN) допомагають ЄС просувати ідеї

сталого розвитку, прав людини і стандартів торгівлі. У регіоні ЄС більше позиціонується як «технічний» і «нормативний» партнер, ніж як політичний.

У таблиці 3.6 подано сильні й слабкі сторони публічної дипломатії ЄС.

Таблиця 3.6

Сильні й слабкі сторони публічної дипломатії ЄС

№	Сильні сторони	Слабкі сторони
1	Нормативна легітимність – ЄС будує свою дипломатію на фундаменті цінностей (верховенство права, права людини), що робить її привабливою для партнерів. Як зауважують дипломатичні студії, «European normative power functions largely through institutional channels rather than hard coercion».	Бюрократична складність – мультиінституційна структура (Єврокомісія, EEAS, держави-члени) іноді гальмує швидке реагування.
2	Освітні та культурні зв'язки – інструменти як Erasmus+ створюють глибокі людські та професійні стосунки, важливі для довгострокових змін.	Фрагментація реалізації – різні ділянки політики координуються не завжди ефективно, що знижує синергію програм.
3	Цифрова дипломатія – ЄС активно розвиває комунікацію через цифрові платформи, зокрема у відповідь на інформаційні виклики.	Менша кризова мобільність – порівняно із США, ЄС часто повільніше адаптується у кризових ситуаціях.

Усі інструменти ЄС формують цілісну модель, що поєднує нормативну привабливість і практичну допомогу – це дає довгостроковий ефект у будівництві довіри. Слабкі місця – бюрократична складність і необхідність координації між багатьма акторами (Комісія, EEAS, країни-члени) – знижують швидкість і інколи оперативність реакції в кризах. Для досягнення максимального ефекту ЄС повинен зберігати баланс між довгостроковими проєктами і швидкими кризовими відповідями.

Якщо, порівнювати з американською моделлю то США доки зосереджуються на інструментах, що поєднують інформаційне мовлення (VOA), освітні обміни (Fulbright) і гнучку допомогу (USAID) з сильною національною координацією; ЄС же ставить наголос на нормативній привабливості, стандартах і багатовекторних програмах (Erasmus+, NDICI).

Американська модель централізованіша щодо стратегічних рішень (через державні агентства та пряме фінансування), натомість європейська – мультиінституційна, що дає легітимність, але уповільнює процеси. США часто можуть діяти швидше в кризах (через мобільні програми й оперативні політичні рішення), ЄС дає більш системні, довготермінові результати у сфері інституційного розвитку та євроінтеграційних трансформацій.

Обидві моделі мають обмеження: США – ризик політизації та сприйняття «примусу», ЄС – ризик перевантаження процедурою та менша помітність у швидких інформаційних кампаніях.

Аналізуючи вищесказане, доцільно зосередитися на потенціалі комбінування найкращих практик: швидких кризових реакцій (адептованих від США) + довгострокової інституційної побудови (підходи ЄС). Це дає дорогу для адаптації в Україні: використовувати оперативні цифрові кампанії, підсилені стабільними освітніми та культурними проєктами, які забезпечують довгостроковий іміджевий ефект.

Таким чином, досвід ЄС має значний потенціал для адаптації в українських умовах, особливо з огляду на євроінтеграційний курс держави.

По-перше, освітні та культурні програми на кшталт Erasmus+, Creative Europe, діяльності мережі EUNIC формують довгострокові людські та інституційні зв'язки, що сприяє розвитку інтелектуального потенціалу та поширенню європейських цінностей. Їх впровадження в Україні може стати основою для формування покоління фахівців, здатних ефективно представляти державу на міжнародній арені.

По-друге, перспективи цифрової дипломатії та боротьби з дезінформацією у межах практик ЄС особливо актуальні для України в умовах інформаційної агресії. Досвід створення спільних комунікаційних платформ, оперативного реагування на фейки та просування позитивних наративів здатний зміцнити українську позицію у глобальному інформаційному просторі.

По-третє, партнерство з ЄС має стратегічне значення для посилення української публічної дипломатії. Спільні ініціативи у сфері культури, науки,

гуманітарних місій та розвитку інфраструктури дозволяють не лише отримати фінансову й технічну підтримку, а й інтегруватися у ширший європейський дипломатичний дискурс.

Отже, синергія українських національних інтересів та інструментів публічної дипломатії ЄС може забезпечити підвищення міжнародного авторитету України, розширення її комунікаційних можливостей та зміцнення стійкості до зовнішніх викликів.

3.3. Аналіз ефективності публічної дипломатії України

Публічна дипломатія України в останні роки набула особливого значення у зв'язку з кардинальними змінами геополітичної ситуації та повномасштабною збройною агресією Російської Федерації. Вона стала не лише інструментом формування позитивного міжнародного іміджу, а й важливим засобом забезпечення інформаційної безпеки, мобілізації підтримки партнерів та консолідації світового співтовариства навколо українських інтересів.

На відміну від розвинених моделей США та ЄС, українська публічна дипломатія перебуває у процесі інституційного становлення, що зумовлює як динамічність розвитку, так і наявність низки структурних та ресурсних викликів. Аналіз її ефективності потребує розгляду історичних передумов, ключових інструментів, організаційної структури та оцінки результатів у конкретних регіонах світу, з урахуванням досвіду воєнного часу.

Публічна дипломатія України почала формуватися відносно пізно у порівнянні з моделями США та ЄС, що було зумовлено особливостями політичного та економічного становлення держави після 1991 року. На думку української дослідниці О. Яремчук, перші кроки у цьому напрямі в 1990-х рр. носили переважно реактивний характер та зводилися до іміджевих заходів, без цілісної стратегії та інституційної підтримки [56, с. 45].

Період 2000–2013 рр. можна охарактеризувати як етап інституційного пошуку. Відзначається посилення ролі МЗС України у міжнародних

комунікаціях, зокрема завдяки створенню департаментів, відповідальних за імідж держави за кордоном. Проте, як зазначає американський дослідник М. Леонард, до Революції Гідності публічна дипломатія України не мала системного стратегічного підходу і була розрізненою за напрямками [76, р. 72].

Кардинальні зміни розпочалися після 2014 року, унаслідок анексії Криму та початку війни на Донбасі. За оцінкою А. Баровської, саме цей період став точкою відліку для системної модернізації публічної дипломатії, коли зовнішні комунікації почали сприйматися як елемент національної безпеки [3, с. 28]. Було започатковано діяльність Українського інституту (2017 р.), який отримав завдання просування української культури та формування позитивного іміджу України за кордоном.

У 2022–2025 рр. публічна дипломатія України набуває кризово-мобілізаційного формату. Як відзначає дослідниця К. Рижкова, комунікаційні кампанії, ініційовані Президентом України та МЗС, поєднують елементи цифрової дипломатії, культурної дипломатії та гуманітарної підтримки, створюючи унікальну модель, орієнтовану на підтримку міжнародної коаліції та протидію російській пропаганді [42, с. 115].

Таким чином, історичний розвиток публічної дипломатії України можна розділити на три етапи:

1. Початковий (1991–2013 рр.) – поодинокі іміджеві заходи, слабка інституційна база.
2. Інституційне становлення (2014–2021 рр.) – створення спеціалізованих інституцій, перехід до стратегічного підходу.
3. Кризово-мобілізаційний (з 2022 р.) – інтеграція цифрових, культурних та гуманітарних інструментів у контексті війни.

Повномасштабне вторгнення російської федерації в Україну у лютому 2022 року стало безпрецедентним викликом для української держави та суспільства. У цих умовах публічна дипломатія набула статусу одного з ключових інструментів національної безпеки та мобілізації міжнародної підтримки. Як підкреслює українська дослідниця Л. Чекаленко, дипломатичні

комунікації в умовах війни перетворюються на інформаційно-психологічний фронт, де вирішується питання легітимності та підтримки України в глобальному вимірі [52, с. 17].

Однією з основних тенденцій цього періоду стала цифровізація дипломатичних інструментів. За даними Міністерства закордонних справ України, з 2022 року значна частина зовнішніх комунікацій здійснюється через офіційні акаунти Президента України, МЗС та дипломатичних місій у соціальних мережах, що дозволяє швидко доносити меседжі до цільових аудиторій [82, р. 4]. При цьому використовується мультимедійний контент (відеозвернення, інфографіка, інтерактивні платформи), який адаптований під аудиторії різних регіонів світу.

Не менш важливим напрямом стала культурна дипломатія у воєнний час. Український інститут, Український культурний фонд та незалежні ініціативи організовують виставки, концерти, кінопокази та лекції за кордоном, спрямовані на демонстрацію стійкості української культури навіть під час війни. Як зазначає експертка з культурної дипломатії М. Гребенюк, ці заходи не лише підтримують позитивний імідж України, але й сприяють формуванню емоційного зв'язку іноземної аудиторії з українським суспільством [14, с. 56].

Важливою новацією стало активне використання партнерських міждержавних кампаній. Прикладами є спільні медійні проєкти з ЄС («Stand with Ukraine»), США та Канадою, а також участь у глобальних форумах (Давос, Мюнхенська безпекова конференція), де українські представники просувають ключові меседжі щодо необхідності військової, економічної та гуманітарної допомоги.

Модернізація публічної дипломатії у 2022–2025 рр. також проявляється у розширенні географії впливу. Якщо до війни основний акцент робився на країнах ЄС та Північної Америки, то нині Україна активно працює з державами Глобального Півдня – Латинської Америки, Африки та Азії. Цей підхід, як підкреслює польський аналітик П. Коваль, дозволяє диверсифікувати міжнародну підтримку та зменшувати вплив російських наративів [75, р. 102].

Таким чином, період повномасштабної війни можна охарактеризувати як час стратегічної адаптації та інноваційного розвитку публічної дипломатії України, де поєднуються елементи кризових комунікацій, культурного просування та цифрової дипломатії з метою зміцнення міжнародної коаліції на підтримку української державності. У табл.3.7 визначимо ключові інструменти публічної дипломатії України з 2022-2025 рр.

Таблиця 3.7

Ключові інструменти публічної дипломатії України з 2022–2025 рр.

№	Інструмент	Приклади реалізації	Ключове значення / ефект
1	Офіційні державні кампанії	United24; Advantage Ukraine; регулярні звернення Президента України до парламентів світу	Мобілізація фінансової, військової та гуманітарної підтримки; формування стійкої міжнародної коаліції
2	Культурна дипломатія	Проекти Українського інституту («Ukraine Everywhere»), участь у міжнародних книжкових ярмарках та кінофестивалях	Підтримка позитивного іміджу України; демонстрація культурної стійкості під час війни
3	Цифрова дипломатія	Активна присутність МЗС, Президента та посольств у Twitter, Facebook, Instagram; офіційний YouTube-канал «United24 Media»	Швидке донесення меседжів; формування глобального інформаційного порядку денного
4	Гуманітарні ініціативи та співпраця з діаспорою	Координація допомоги через посольства; волонтерські мережі українців за кордоном; кампанія «Support Ukraine»	Залучення ресурсів та волонтерів; посилення емоційної підтримки в країнах перебування
5	Діяльність креативних дипломатів	Ініціативи Дмитра Кулеби з цифровізації МЗС, створення онлайн-платформи для просування України	Інноваційність у дипломатичних підходах; підвищення ефективності комунікацій
6	Роль медіа та освітніх проєктів	«Англійська мова з Україною»; документальні фільми про війну та культуру	Поглиблення знань про Україну; створення позитивних асоціацій у міжнародній аудиторії
7	Культурні події глобального масштабу	Перемога Kalush Orchestra на «Євробаченні-2022»; участь у Венеційській бієнале	Привернення уваги до України через масову культуру; використання емоційного впливу для підтримки країни

Аналіз показує, що Україна у період 2022–2025 рр. використовує поєднання класичних і новітніх інструментів публічної дипломатії, при цьому активно інтегрує цифрові технології, культурні проекти та офіційні комунікаційні кампанії. Важливим є те, що навіть у кризових умовах воєнного часу українська дипломатія демонструє креативність, мобільність і здатність працювати з різними аудиторіями – від політичних еліт до широких верств іноземного суспільства.

Особливістю українського підходу є синергія державних та недержавних ініціатив: потужні офіційні кампанії підкріплюються культурними та волонтерськими проектами, що створює багаторівневу комунікаційну присутність України на міжнародній арені. Це підвищує стійкість меседжів і зменшує вразливість до дезінформаційних атак.

На рис. 3.2 показано «Модель багаторівневої публічної дипломатії України», яка відображає взаємопов'язані інструменти – від офіційних державних кампаній до культурних подій глобального масштабу, показуючи, як вони утворюють єдину систему впливу.



Рис.3.2. Модель багаторівневої публічної дипломатії України

У період повномасштабної війни, публічна дипломатія України посіла особливе місце у системі зовнішньополітичних комунікацій. Її діяльність охоплює інституційну взаємодію між Міністерством закордонних справ, Українським інститутом, місцевими органами, громадським сектором, а також забезпечується нормативною та фінансовою основою. Слід мати на увазі, що ефективність зовнішніх стратегій спирається на синхронність дій державних, культурних і медійних інституцій – як у плануванні, так і в реалізації.

Як зазначається на основі аналітики, Департамент публічної дипломатії у складі МЗС України, створений у 2015 р., координує культурні, інформаційні та іміджеві проєкти [48]. Український інститут, що функціонує при Міністерстві закордонних справ з 2018 р., відповідає за представлення української культури у світі, підтримку мобільності, креативних проєктів і зміцнення міжнародного іміджу України.

У такому ж контексті варто наголосити, що взаємодія з місцевими органами влади, НУО, культурними й освітніми інституціями стала наріжним каменем сучасної української публічної дипломатії. Однією з ключових практик є міжкомітетні обговорення у Верховній Раді, які дозволяють долучати експертів та громадськість до розробки іміджевих стратегій. Важливу роль у цьому відіграють платформи, зокрема Ukraine Crisis Media Center – структура за підтримки USAID, Посольства США та міжнародних партнерів, яка координує кризові комунікації [48].

Слід мати на увазі, що державні проєкти публічної дипломатії здійснюються в умовах міжнародної допомоги та євроінтеграційних рамок. Наприклад, згідно з рамковою угодою між Україною та ЄС у межах Ukraine Facility, забезпечено прозорі механізми фінансування, звітності та участі

громадськості. Також діє законодавча база для роботи державного мовлення за кордоном, що встановлює права, формат та цільову аудиторію дипломатичних комунікацій.

Державно-громадянська модель публічної дипломатії України базується на чіткій ролі МЗС та Українського інституту, що формують стратегічну комунікацію. Інтеграція з місцевими органами та громадським сектором дозволяє адаптувати меседжі до регіональних потреб та сприяти іміджевим кампаніям на місцевому та глобальному рівні. Фінансування через міжнародні механізми та нормативна підтримка через стратегічні угоди (наприклад, Ukraine Facility) забезпечують сталість і прозорість діяльності. Все це свідчить про те, що українська модель публічної дипломатії має потенціал для подальшого професійного оформлення, розвитку та інтеграції у глобальні практики.

Проведемо оцінку ефективності публічної дипломатії України в період 2021-2025 рр. У країнах Європейського Союзу/ країни ЄС – Україна зміцнила зв'язки з ЄС через дипломатичні ініціативи, асоціаційні переговори, масштабну інформаційну роботу і координацію гуманітарної/економічної допомоги; ЄС також мобілізував значні фінансові пакети на підтримку України (NDICI, макрофінансова допомога тощо). Звіт Єврокомісії (Ukraine 2023 Report) описує масштаби підтримки та євроінтеграційні кроки [64].

У Північній Америці (США, Канада) – оперативна політична й матеріальна підтримка, активна робота з конгресами/сенатами, велика кінцево-публічна підтримка через платформи й кампанії. Приклад: UNITED24 – масштабна державна платформа для збору пожертв, що за кілька років зібрала понад мільярд дол. і стала важливим елементом мобілізації ресурсів та уваги (донорські кампанії, звіти про розподіл коштів) [105].

В Азії – активне просування українських меседжів до країн Азії (дипломатичні візити, інформаційні кампанії, робота з локальними медіа). Україна розширює комунікацію з країнами Глобального Півдня як частину диверсифікації підтримки (аналітика щодо розширення географії впливу).

Африка – посилене дипломатичне співробітництво (стратегія співпраці з країнами Африки, проєкти технічної/гуманітарної допомоги), зростання контактів і каналів взаємодії МЗС з державами регіону. Документ МЗС «Ukraine – African Countries» демонструє практичні кроки у цьому напрямі [100].

Безсумнівно, що сильними сторонами були:

- гнучкість (оперативність у кризі), адже після лютого 2022 р. Україна швидко запустила цілісні цифрові кампанії – звернення Президента до іноземних парламентів, UNITED24, оперативні меседжі в соцмережах — що дозволило мобілізувати політичну та фінансову допомогу. Приклад: UNITED24 як швидкий інструмент збору та спрямування коштів;

- інноваційність (цифрова дипломатія), – інтенсивне застосування цифрових платформ та storytelling (відео-звернення, інтерактивні канали, англomовні сторінки МЗС) – це нова якість української публічної дипломатії, що оцінюють як приклад цифрової трансформації дипломатії.

- мобілізаційна здатність (діаспора, волонтери, культурні події), адже діаспора та волонтерські мережі стали вирішальними у зборі допомоги й лобіюванні рішень у приймаючих країнах; культурні успіхи (перемога Kalush Orchestra на Eurovision 2022) працювали як «м'яка сила», яка посилила емоційну підтримку України у світі.

Також, звичайно, що слабкі сторони теж були і залишаються:

- недостатність ресурсів та фінансування інституцій публічної дипломатії. Незважаючи на успіхи у окремих кампаніях, огляд аналітиків і звіти вказують на проблеми системності й фінансування культурної дипломатії (неповне та нестабільне фінансування проєктів, потреба в інституційній стійкості). Це відображено в аналітиці Brand Ukraine та дослідженнях про потреби у сталому фінансуванні культурних програм.

- кадровий дефіцит та нерівномірність комунікацій. Дослідження говорять про нестачу підготовлених фахівців у сфері цифрових комунікацій і стратегічних комунікацій; крім того, наявні приклади «рваних» або локально

непоєднаних кампаній, що знижує загальну ефективність. (аналітичні доповіді та наукові статті про виклики української PD).

У межах даного аналізу окреслимо проблеми воєнного часу (кіберзагрози, дезінформація, «інформаційна втома»), які мають вплив на публічну дипломатію, а саме:

- кіберзагрози, адже з початку широкомасштабного вторгнення зафіксовано сотні кібератак проти державних структур, медіа та інфраструктури; CyberPeace Institute документує сотні операцій і вказує на регулярні атаки на урядові ресурси та ЗМІ. Це безпосередньо впливає на здатність до комунікації та верифікації інформації [66].

- ризики дезінформації, – координовані дезінформаційні кампанії (боти, фейкові пости, DeepFake-матеріали) продовжують підривати міжнародну підтримку, створюючи сумніви у частини цільових аудиторій. StopFake та інші платформи й центри контрдезінформації документують постійні фейки й операції з дезінформації.

- інформаційна втома (attention fatigue), – Аналітичні звіти (Brand Ukraine, інші огляди) показують зниження кількості публікацій та рівня уваги світової аудиторії у 2023 порівняно з піком 2022 року; це ускладнює підтримку сталого інтересу та вимагає інших тактик утримання уваги (нові наративи, культурні проєкти, локальні стратегії).

Таким чином, ефективність української публічної дипломатії у 2022–2025 рр. є високою в аспектах мобілізації ресурсів, швидкої цифрової реакції та емоційного впливу. Водночас для підвищення стійкості та довгострокової ефективності потрібна інституційна стабільність (сталий бюджет, підготовка кадрів), поліпшення кіберзахисту та системні заходи з контрдезінформації. Аналітичні звіти та дослідження рекомендують поєднувати цифрові операції з довгостроковими культурно-освітніми програмами.

Порівняльний аналіз демонструє (Додаток А), що США та ЄС діють у більш стабільних і передбачуваних умовах, маючи інституційні та фінансові переваги, що дозволяє їм реалізовувати довгострокові стратегії. Україна, попри

обмежені ресурси та воєнний контекст, змогла створити адаптивну, динамічну модель публічної дипломатії, яка ефективно поєднує державні та недержавні ініціативи, цифрові інструменти та культурні проєкти. Це свідчить про високий потенціал для подальшого розвитку, особливо через запозичення кращих практик та поглиблення міжнародних партнерств.

В умовах тривалого воєнного протистояння та глобальної інформаційної конкуренції Україна має значний потенціал для подальшого розвитку публічної дипломатії. Першим стратегічним напрямом є розширення цифрових інструментів і стратегічних комунікацій. Досвід 2022–2025 рр. довів, що оперативні онлайн-кампанії, інтерактивні платформи (наприклад, UNITED24), цифрові архіви воєнних злочинів та цільові інформаційні продукти англійською мовою здатні мобілізувати підтримку і ресурси у глобальному масштабі. Подальший розвиток може включати створення мультимовних інформаційних хабів, використання технологій штучного інтелекту для адаптації повідомлень під різні аудиторії, а також постійний моніторинг настроїв за допомогою аналітики Big Data.

Наступним важливим кроком є поглиблення партнерств з міжнародними організаціями та діаспорою. Українські громади за кордоном уже довели свою здатність виступати каталізатором підтримки – від гуманітарних кампаній до лобіювання політичних рішень. Системна координація з діаспорними об'єднаннями, а також з міжнародними інституціями – ООН, ЮНЕСКО, НАТО, ЄС – дасть змогу не лише розширити аудиторію меседжів, а й закріпити їх у міжнародному правовому та культурному полі. Тут доречно створювати спільні ініціативи, інтегровані в глобальні календарі подій, що забезпечить тривалу присутність України у світовому порядку денному.

Водночас для стійкості та масштабування успіхів потрібне інституційне укріплення та залучення приватного сектору. Державні структури публічної дипломатії – насамперед МЗС та Український інститут – потребують стабільного фінансування, розширення кадрового потенціалу й гнучкої нормативно-правової бази. Залучення бізнесу, особливо у сферах креативних

індустрій, ІТ, маркетингу та медіа, може забезпечити додаткові ресурси та інноваційні рішення. Партнерські моделі «public-private partnership» у публічній дипломатії дадуть змогу поєднати державні пріоритети з комерційною креативністю, створюючи високоякісний контент та масштабні міжнародні кампанії.

Таким чином, розвиток української публічної дипломатії в найближчі роки має базуватися на синергії технологічних інновацій, глобальних партнерств і зміцненої інституційної основи. Лише комплексне поєднання цих складових дозволить зберегти та примножити міжнародну підтримку України в умовах тривалих викликів.

Висновки до розділу 3

Аналізуючи досвід США, Європейського Союзу та України у сфері публічної дипломатії, можна стверджувати, що ці моделі, хоч і мають спільні риси, істотно відрізняються за інструментами, організаційними підходами та стратегічними цілями. Американська модель демонструє потужність централізованих ресурсів, здатність інтегрувати культурні, економічні та безпекові аспекти в єдину комунікаційну стратегію. Вона ефективно працює в умовах глобальної присутності, але часто піддається критиці за політизацію та подвійні стандарти, що може знижувати рівень довіри у частини аудиторій.

Європейський Союз вирізняється багаторівневою, мережевою структурою, де ключовими стають освітні, культурні та інтеграційні програми,

такі як Erasmus+, діяльність EUNIC та просування європейських цінностей. Цей підхід демонструє високу ефективність у країнах-кандидатах та партнерських державах, зокрема завдяки формуванню позитивного іміджу ЄС як простору стабільності, демократії та економічних можливостей. Однак його слабким місцем є повільність ухвалення рішень через необхідність узгодження позицій усіх держав-членів.

Досвід України у публічній дипломатії, особливо в період 2022–2025 рр., засвідчує високу адаптивність та інноваційність у кризових умовах. Україна змогла мобілізувати офіційні державні кампанії, культурні ініціативи, цифрові платформи та діаспорні мережі для оперативного донесення своїх меседжів до глобальної аудиторії. Прикметною рисою українського підходу є здатність поєднувати офіційні та громадські інструменти, створюючи синергію між державними структурами, креативними індустріями та громадянським суспільством. Водночас нестача ресурсів і кадровий дефіцит залишаються суттєвими викликами.

ВИСНОВКИ

Таким чином, після дослідження теми магістерської роботи: «Роль публічної дипломатії в міжнародних відносинах» можна зробити висновки:

1. У ході еволюції поняття публічна дипломатія пройшла трансформацію від інструмента культурних обмінів і пропаганди в середині ХХ століття до комплексної системи стратегічних комунікацій, що інтегрує політичні, культурні, освітні та цифрові виміри. Визначення сутності публічної дипломатії в науковому дискурсі демонструє багатогранність її природи. Зарубіжні дослідники (Н. Сноу, Дж. Най, Б. Гілбоа) акцентують на її ролі у формуванні «м'якої сили» та впливі на громадську думку за межами держави, тоді як українські науковці (О. Іваницька, В. Мицик, Г. Перепелиця) підкреслюють

значення цього інструмента у контексті національної безпеки та міжнародного іміджевого позиціонування.

2. Вивчення основних суб'єктів публічної дипломатії показало, що до них належать не лише державні інституції (МЗС, культурні інститути, інформаційні служби), але й недержавні актори – громадські організації, медіа, креативні індустрії, освітні установи та діаспорні об'єднання. Така багатосуб'єктність підвищує гнучкість і масштаб впливу, але водночас потребує ефективної координації та спільної стратегічної візії.

Аналіз інструментів публічної дипломатії дозволив виокремити кілька ключових груп: культурно-освітні програми, інформаційно-комунікаційні кампанії, участь у міжнародних подіях, цифрові та соціальні медіа-платформи, а також гуманітарні ініціативи. Їхнє ефективне використання залежить від цілеспрямованості, адаптації до аудиторії та інтеграції в загальну зовнішньополітичну стратегію.

3. Розгляд соціологічного, комунікативного та маркетингового вимірів публічної дипломатії засвідчив, що її успішність неможлива без урахування закономірностей сприйняття інформації, міжкультурної комунікації та брендингу держави. Соціологічний підхід дозволяє визначати цільові групи і вимірювати ефект комунікацій, комунікативний – формувати релевантні меседжі та налагоджувати діалог, а маркетинговий – позиціонувати країну як привабливий «продукт» у глобальній конкуренції.

4. Аналіз ролі публічної дипломатії у формуванні міжнародного іміджу та забезпеченні національної безпеки засвідчив, що цей інструмент відіграє ключову роль у сучасній зовнішній політиці. Позитивний міжнародний імідж держави підвищує її вплив на міжнародній арені, зміцнює довіру партнерів і сприяє залученню інвестицій, туристичних потоків та політичної підтримки. При цьому публічна дипломатія набуває стратегічного значення як елемент «м'якої сили», здатний доповнювати традиційні засоби забезпечення безпеки через формування прихильного інформаційного середовища.

Дослідження інструментів «м'якої сили» та культурної дипломатії показало, що вони є фундаментом тривалих міжнародних зв'язків. Освітні програми, культурні обміни, мистецькі ініціативи та просування національної мови формують позитивне сприйняття країни, закріплюють її у глобальному культурному просторі та створюють підґрунтя для подальшої політичної та економічної співпраці. Особливої ваги набуває культурна дипломатія у кризових умовах, коли вона може бути засобом збереження міжнародної підтримки та протидії негативним наративам.

5. Вивчення цифрової дипломатії як сучасного інструменту міжнародної комунікації виявило її зростаюче значення в умовах глобальної цифровізації та високої швидкості поширення інформації. Соціальні мережі, мультимедійні платформи та онлайн-кампанії дозволяють державам оперативно реагувати на виклики, доносити власну позицію без посередників та залучати широку аудиторію. Водночас ефективність цифрової дипломатії залежить від здатності адаптувати контент під різні цільові групи та від стійкості до інформаційних атак і кіберзагроз.

6. Аналіз досвіду США у сфері публічної дипломатії показав, що ця країна сформувала цілісну, багаторівневу систему просування національних інтересів, яка поєднує державні та недержавні інституції, сучасні комунікаційні технології та інноваційні формати взаємодії з аудиторією. Сильними сторонами американського підходу є стратегічна довгострокова візія, значні фінансові ресурси та інституційна сталість. Водночас його обмеження можуть проявлятися у сприйнятті США як країни, що діє переважно у власних інтересах, що іноді знижує довіру в окремих регіонах світу.

7. Досвід Європейського Союзу у публічній дипломатії вирізняється мультиакторним характером, коли інституції ЄС та держави-члени діють у тісній координації. Особливе значення мають освітні та культурні програми (Erasmus+, EUNIC), євроінтеграційні наративи та діяльність Європейської служби зовнішніх дій (EEAS). ЄС ефективно поєднує інструменти «м'якої сили» з цифровими платформами та програмами розвитку, формуючи стійкий

позитивний образ у країнах-партнерах. Обмеження моделі полягають у складності прийняття рішень через багаторівневу систему управління та різноманітність інтересів держав-членів.

8. Оцінка публічної дипломатії України показала, що у період повномасштабної війни (2022–2025 рр.) вона стала одним із ключових інструментів зовнішньополітичної діяльності, спрямованим на мобілізацію міжнародної підтримки, консолідацію партнерів та протидію дезінформації. Ефективними інструментами стали державні кампанії (United24, Advantage Ukraine), культурні проєкти, цифрова дипломатія та активна взаємодія з діаспорою. Сильними сторонами є гнучкість, інноваційність та здатність швидко адаптуватися до викликів; слабкими – обмежені ресурси та кадровий дефіцит.

Порівняння трьох моделей – американської, європейської та української – свідчить, що Україна ефективно адаптує кращі практики, зберігаючи власну унікальність, зумовлену воєнним контекстом та необхідністю виживання в умовах гібридних загроз. При цьому для підвищення результативності необхідним є розширення інституційної спроможності, посилення цифрової дипломатії та системне використання культурних і освітніх інструментів у довгостроковій перспективі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Авдєєва М. А. «М'яка сила» та її ресурси у зовнішньої політиці держави. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. Серія: Питання політології. № 984. 2011. С. 215-222.
2. Андрущенко О. Цифрова дипломатія України у контексті війни: інструменти та ефективність. *Цифрова дипломатія України: синергія реального і віртуального. Матеріали міжнародної наукової конференції*. Львів, 24 листопада 2023 р. / Упорядники: М. Мальський, Р. Вовк, О. Кучик. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2023. 120 с.

3. Баровська А. Публічна дипломатія як інструмент зовнішньої політики України. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія «Міжнародні відносини»*. 2019. № 1(49). С. 25-31.
4. Бебик В.М. Політологія для політика і громадянина: Навч. посіб. К.: МАУП, 2000. 288 с.
5. Бікір К. Ю. Внутрішньополітичний імідж України, як важливий фактор формування державної іміджевої політики. URL: https://shron1.chtyvo.org.ua/Bikir_Kateryna/Vnutrishnopolitychnyi_imidzh_Ukrainy_iak_vazhlyvyi_faktor_formuvannia_derzhavnoi_imidzhevoi_polityky.pdf? (дата звернення: 04.08.2025)
6. Бурасов О. О. Стратегічні комунікації: теорія і практика. Київ: Центр навчальної літератури. 2018. 176 с.
7. Василенко О. О. Публічна дипломатія як складова «м'якої сили» держави. *Гуманітарний вісник*. 2020. № 5. С. 53–59.
8. Васильченко Т. М. Становлення публічної дипломатії України: здобутки, виклики, перспективи. *Публічне управління та митна справа*. 2021. № 3. С. 42–48.
9. Вауліна Ф.В. Роль національної ідеї України у формуванні позитивного іміджу держави. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна, серія „Питання політології”*. № 984. 2011. С. 192-197
10. Вдовенко Ю. Культурна дипломатія: нові акценти в умовах глобалізації. *Політичний менеджмент*. 2020. № 2. С. 52–57.
11. Висоцький О.Ю. Публічна дипломатія: Частина І. Дніпро: СПД «Охотнік», 2020. – 56 с.
12. Гарасим Л. М. Публічна дипломатія як чинник зовнішньополітичної діяльності держави. *Вісник Львівського університету. Серія: Міжнародні відносини*. 2021. Вип. 49. С. 50–58.
13. Грабович І. Публічна дипломатія як інструмент стратегічних комунікацій держави. *Дипломатія і міжнародні відносини*. 2022. № 1. С. 116–121.

14. Гребенюк М. Культурна дипломатія України під час збройного конфлікту. *Культурологічний вісник*. 2023. № 2. С. 54–61.

15. Гуменюк О. Громадянське суспільство як суб'єкт публічної дипломатії. *Науковий вісник УжНУ*. Серія: Політологія. Соціологія. Філософія. 2021. № 2(48). С. 39–44.

16. Гуцал С. Публічна дипломатія та стратегічні комунікації: визначення концептуальних основ. *Міжнародні відносини Серія: Політичні науки*, № 9. 2015. URL: http://journals.iir.kiev.ua/Tiindex.php/pol_n/article/viewFile/2769/2473.

17. Європейська служба зовнішньої дії заснувала новий інструмент для кращого орієнтування в дезінформаційному середовищі. URL: https://www.eeas.europa.eu/delegations/ukraine/%D1%94%D0%B2%D1%80%D0%BE%D0%BF%D0%B5%D0%B9%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0-%D1%81%D0%BB%D1%83%D0%B6%D0%B1%D0%B0-%D0%B7%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D1%96%D1%88%D0%BD%D1%8C%D0%BE%D1%97-%D0%B4%D1%96%D1%97-%D0%B7%D0%B0%D1%81%D0%BD%D1%83%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D0%B0-%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%B9-%D1%96%D0%BD%D1%81%D1%82%D1%80%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82-%D0%B4%D0%BB%D1%8F-%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%89%D0%BE%D0%B3%D0%BE-%D0%BE%D1%80%D1%96%D1%94%D0%BD%D1%82%D1%83%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F-%D0%B2_uk?s=232

(дата звернення: 08.08.2025)

18. Земзюліна Н., Захарченко М. Інституалізація публічної дипломатії: світ і український досвід. *Міжнародні відносини: теоретичні та практичні аспекти*. Вип. 8. 2021. С. 8-22.

19. Кисельова Т. О. Сучасна публічна дипломатія США: особливості трансформації на початку ХХІ століття. *Міжнародні відносини. Серія «Політичні науки»*. 2022. №1. – С. 98–105.

20. Козак О. О. Медіаполітика і публічна дипломатія: сучасні тенденції. Київ: Видавництво Університету, 2019. 216 с.

21. Константилюк С. Публічна дипломатія як елемент забезпечення державної безпеки. *Ante portas. Studia nad bezpieczeństwem*. № 21, 2024. С. 49–65. URL: https://www.researchgate.net/publication/389848526_BETWEEN_SOFT_AND_HARD_POWER_THE_ESSENCE_OF_PUBLIC_DIPLOMACY_AS_A_SECURITY_TOOL (дата звернення: 04.08.2025)
22. Краснонольська Т. М., Милосердна І. М. Цифрова дипломатія як основа нової публічної дипломатії. *Актуальні проблеми політики*. 2022. Вип. 69. С. 13-20.
23. Кривошеїн В. Ризики делегітимації політичної влади в умовах субполітизації сучасного суспільства та шляхи їх мінімізації. *Грані*. № 8 (124). 2015. С. 64-70.
24. Кривошеїн В. Технології публічної дипломатії як інструмент «м'якої сили»: особливості впровадження в сучасній Україні та досвід Ізраїлю. *Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії*. 2023. С. 63-83.
25. Лазарев М. І. Психологія комунікацій у міжнародних відносинах: емоційний вплив та маніпулювання. Київ: Видавництво «Наукова думка», 2018. 124 с.
26. Лісовський В. М. Зовнішньополітичний імідж України та її лідера як чинник забезпечення національної безпеки країни. *Регіональні студії*. Ужгород : Видавничий дім «Гельветика», 2022. Вип. 28. С. 79–83.
27. Макаренко Є.А. Стратегічні комунікації в міжнародних відносинах. URL: http://clouds.iir.edu.ua/index.php/pol_n/article/view/3117 (дата звернення: 06.05.2025).
28. Мателешко Ю. «М'яка сила» Польщі в Україні: освітні та культурні інструменти. *Гілея: науковий вісник*. Вип. 150 (11), ч. 1, (2019). С. 90-94.
29. Мельник Т. М. Публічна дипломатія як інструмент зовнішньої політики США: досвід для України. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2020. Вип. 140. С. 56–63.

30. Миронова М. І, Полякова Ю. В., Шайда О. Є. Публічна дипломатія у системі міжнародних економічних відносин. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету*. Економічні науки. С. 160-166.
31. Мірошніченко Т., Федорова Г. Цифрова дипломатія як сучасний комунікаційний інструмент міжнародних відносин. *Грані : наук.-теор. альманах*. 2022. № 24 (12). С. 58–65.
32. Міхальченко М. Ю. Імідж держави: стратегії формування. Львів: Видавництво ЛНУ, 2020. 176 с.
33. Нагорняк Т. Публічний імідж України в умовах невизначеності. *Політичне життя*. № 1. 2022. С. 77-86.
34. Павлюх М.В., Кутней С.Р. Публічна дипломатія як тренд у сучасних політичних відносинах: процеси трансформації. «ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ». №4. 2022. С. 122-127.
35. Пархоменко О. В. Публічна дипломатія як інструмент зовнішньої політики держави. *Гілея: науковий вісник*. 2019. Вип. 145(6). С. 25–28.
36. Пирожков С. М'яка сила громадянського суспільства: глобальні тенденції та українські реалії. *Сучасне суспільство: політичні науки, соціологія, філософія, історія*. 2020. № 1. С. 52–58.
37. Поліковська Ю. Бренд України увійшов до 20 найвпливовіших у Global Soft Power Index. Media Sapiens. 2 берез. 2023. URL: <https://ms.detector.media/trendi/post/31301/2023-03-02-brend-ukrainy-uviyshov-do-20-naywplywovishykh-u-global-soft-power-index/>.
38. Політичний імідж держави: структурні та комунікаційні компоненти феномену. URL: <https://veche.kiev.ua/journal/1738/> (дата звернення: 04.08.2025)
39. Потійко О. В. Публічна дипломатія в системі міжнародних відносин. Київ: Либідь, 2018. 204 с.
40. Поцелуйко А. О. Імідж держави: поле концептуальних визначень у соціально-психологічних студіях. *Грані : наук.-теорет. альманах*. 2021.

№ 18(5). С. 68-74. URL: <https://grani.org.ua/index.php/journal/article/view/206/192>
(дата звернення: 04.08.2025)

41. Прокопович В. Українська діаспора як чинник формування іміджу України за кордоном. *Гуманітарний вісник*. 2022. № 4. С. 27–33.

42. Рижкова К. Інноваційні стратегії публічної дипломатії України в умовах війни. *Український журнал міжнародного права*. 2023. № 2. – С. 110–120.

43. Савон К. Вплив політики «м'якої сили» на імідж держави. *Актуальні проблеми політики*. Вип. 66. 2020. С. 112-117.

44. Сегеда О. Цифрова дипломатія України як елемент нової публічної дипломатії. *Політнкус*, № 3. 2020. С. 139-148.

45. Сидорова Т. В. Публічна дипломатія в системі сучасної зовнішньої політики. *Гуманітарний вісник*. 2019. Вип. 36. С. 110–114.

46. Сноу Н. Public Diplomacy in Global Context. New York: Routledge, 2020. С. 112.

47. Сорокін М. В. Міжнародні комунікації та брендинг: теорія і практика. Харків: Видавництво «Інтелект», 2017. 128 с.

48. Стратегія публічної дипломатії міністерства закордонних справ України на 2021-2025 роки. (/ упоряд.: Д. Кулеба. Е. Джапарова. М. Липяцька та ін. Київ: МЗС України. 2021. 31 с. URL: <https://mfa.gov.ua/storage/app/sites/1/%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%97/public-diplomacy-strategy.pdf> (дата звернення: 10.08.2025)

49. Тарасюк Ю. М., Шаглі Г. І. М'яка сила Турецької Республіки: культурно-освітні аспекти. *Політичне життя*. № 4. 2021. С. 95-101.

50. Телешун С. О. Стратегічні комунікації в демократичному врядуванні: навч. посібник. К.: Кондор, 2020. 224 с.

51. Трофименко М.В. Роль публічної дипломатії у забезпеченні національної безпеки держави. *Вісник мариупольського державного університету*. Серія: Історія, політологія, 2019, Вип. 26. С. 182-194.

52. Чекаленко Л. Публічна дипломатія України в умовах війни: нові виклики та інструменти. *Міжнародні відносини та дипломатія*. 2023. № 1(5). С. 15–24.
53. Чепелюк Ю. Цифрова дипломатія в контексті сучасних інформаційних комунікацій. *Цифрова платформа: інформаційні технології в соціокультурній сфері*. 2021. Вип. 4(2). С. 250–258.
54. Шиповський В. Медіадипломатія в державному управлінні: аналіз ефективності національного брендингу України. *Соціальний розвиток і безпека*. 2020. 10 (4). С. 120-127.
55. Шушлян В. І. Імідж держави в сучасних політичних дослідженнях / В. І. Шушлян. *Регіональні студії*. Ужгород : Видавничий дім «Гельветика», 2022. Вип. 30. С. 180–185.
56. Яремчук О. Публічна дипломатія України: проблеми становлення та перспективи розвитку. *Міжнародні відносини. Серія «Політичні науки»*. 2018. № 20. С. 43–52.
57. 100% Pure New Zealand Campaign. URL: <https://www.newzealand.com> (дата звернення: 05.05.2025)
58. About the European External Action Service. URL: https://www.eeas.europa.eu/_en (дата звернення: 08.08.2025)
59. Allison G. T. *Essence of Decision: Explaining the Cuban Missile Crisis*. Boston: Little, Brown, 1971. 338 p.
60. Batora J. Public Diplomacy in Small and Medium-Sized States: Norway and Canada. *The Hague Journal of Diplomacy*. 2005. Vol. 1(1). P. 101–122.
61. Bennett K. *Public Diplomacy and the "War on Terror"*. London: Routledge, 2007. 235 p.
62. Bjola C. & Holmes M. Digital diplomacy: state of the art. *B The state of the art. ResearchGate*, 2016.
63. Carnegie Hall and Ukraine's cultural diplomacy: a dialogue on the importance of promoting Ukrainian culture. URL:

<https://mcsc.gov.ua/en/news/carnegie-hall-and-ukraines-cultural-diplomacy-a-dialogue-on-the-importance-of-promoting-ukrainian-culture/> (дата звернення: 05.08.2025)

64. Commission staff working document. Ukraine 2023. Report Accompanying the document Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. URL: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/a0f3eaa6-7eee-11ee-99ba-01aa75ed71a1/language-en> (дата звернення: 10.08.2025)\

65. Cull N. J. Public Diplomacy: Foundations for Global Engagement in the Digital Age. Cambridge: Polity Press, 2019. 248 p.

66. CyberPeace Institute. *Cyber Dimension of the 2022 Full-Scale Invasion of Ukraine*; Cyber attacks overview. 2023–2024. URL: <https://cyberpeaceinstitute.org>. CyberPeace Institute
[cyberconflicts.cyberpeaceinstitute.org](https://cyberpeaceinstitute.org/cyberconflicts/cyberpeaceinstitute.org). (дата звернення: 10.08.2025)

67. EEAS – European External Action Service. 2023. EU Support to Ukraine on Cybersecurity. <https://www.eeas.europa.eu> (дата звернення: 10.08.2025)

68. Eggeling K. A. Digital Diplomacy. Oxford Research Encyclopedia of International Studies. Publ. online 20 Sept. 2023. с. 1.

69. Entman R. Public Diplomacy and Framing Theory in the Digital Era. *Journal of Communication*. 2020. Vol. 70, No. 2. P. 83–92.

70. Erasmus+. URL: <https://erasmusplus.org.ua/> (дата звернення: 08.08.2025)

71. European Coal and Steel Community (ECSC): A supranational organization created in 1951; Robert Schuman plan. Wikipedia: European Coal and Steel Community. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/European_Coal_and_Steel_Community (дата звернення: 08.08.2025)

72. Gilboa E. Searching for a Theory of Public Diplomacy. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*. 2008. Vol. 616. P. 55–77.

73. Hocking B. Rethinking the 'New' Public Diplomacy. *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*. London: Palgrave Macmillan, 2005. P. 28–43.
74. Joseph S. Soft Power The means to success in world politics. URL: <https://www.almendron.com/tribuna/wp-content/uploads/2020/02/joseph-s-nye-jr-soft-power.pdf> (дата звернення: 05.08.2025)
75. Kowal P. Ukraine's Public Diplomacy and the Global South: New Directions in Wartime Communication. *East European Politics and Societies*. 2024. Vol. 38, No. 1. P. 95–110.
76. Leonard M. Public Diplomacy. *London: Foreign Policy Centre*, 2011. 94 p.
77. Lerman, S. «I ♥ NY: The Power of Branding». *Journal of International Marketing*, 2015, Vol. 10. № 2, p. 29-45.
78. Manor I. *The Digitalization of Public Diplomacy*. Springer, 2019. 267 p.
79. Maria Gainar. European Political Cooperation (EPC) 1970–1993: institutional approach. *EHNE: EPC institutional approach*. 2024. C. 102–103.
80. Melissen C. Digital diplomacy: Evolution or revolution? *Clingendael Papers*. Netherlands Institute of International Relations, 2015. P. 89–100.
81. Melissen J. *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*. Palgrave Macmillan, 2005. 221 p.
82. Ministry of Foreign Affairs of Ukraine. Annual Report 2023. Kyiv: MFA of Ukraine, 2023. 36 p.
83. Neighbourhood, Development and International Cooperation Instrument – Global Europe (NDICI-GE). URL: https://enlargement.ec.europa.eu/funding-technical-assistance/neighbourhood-development-and-international-cooperation-instrument-global-europe-ndici-global-europe_en (дата звернення: 08.08.2025)
84. Nicholson D. Soft Power and Digital Diplomacy in the Age of Social Media. *International Journal of Communication*. 2020. № 14. P. 63–79.

85. Nieto M. The Role of UNESCO in Global Cultural Diplomacy. *International Journal of Cultural Policy*. 2016. Vol. 22(4). P. 63–72.
86. Nye J. S. *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs, 2004. 208 p.
87. Nye J. S. *The Future of Power* / Joseph S. Nye. New York: Public Affairs, 2011. 320 p.
88. Nye J. *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. PublicAffairs, 2004. p. 120
89. Proudly South African Campaign. URL: <https://www.proudlysa.co.za> (дата звернення: 05.05.2025)
90. Public Diplomacy as a National Security Tool. URL: <https://www.fpri.org/article/2017/05/public-diplomacy-national-security-tool/> (дата звернення: 04.08.2025)
91. Public diplomacy of the United States URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Public_diplomacy_of_the_United_States (дата звернення: 07.08.2025)
92. Robertson J. *Global Communication and World Politics*. Rowman & Littlefield, 2011. 264 p.
93. Snow N. Public Diplomacy and Strategic Narratives: Messaging and Influence in the Digital Age. *International Studies Review*. 2021. Vol. 23, No. 1. P. 65–72.
94. Soft Power After Ukraine. **Joseph S. Nye Jr.** May 3. 2022. URL: <https://www.project-syndicate.org/commentary/soft-power-after-russia-war-in-ukraine-by-joseph-s-nye-2022-05> (дата звернення: 05.08.2025)
95. The Effectiveness of Cultural Diplomacy in Strengthening Chernivtsi-Saskatchewan Educational Cooperation. URL: https://www.researchgate.net/publication/361985355_The_Effectiveness_of_Cultural_Diplomacy_in_Strengthening_Chernivtsi-Saskatchewan_Educational_Cooperation (дата звернення: 05.08.2025)

96. The European Community and the World. URL: <https://www.peterlang.com/document/1053799> (дата звернення: 08.08.2025)
97. Treaty of Rome, creating the European Economic Community (EEC) in 1957. Wikipedia: European Economic Community. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/European_Economic_Community (дата звернення: 08.08.2025)
98. Trofymenko M., Gridina I. Citizen diplomacy during the full-scale invasion. *Історія. Політологія*. 2024. № 15. С. 133–144.
99. U.S. Advisory Commission on Public Diplomacy. Annual Report 2023. – Washington, D.C.: U.S. Department of State, 2023. 78 p. URL: <https://www.state.gov/pdcommission/reports/> (дата звернення: 10.08.2025)
100. Ukraine – African Countries Communication Strategy. URL: <https://mfa.gov.ua/storage/app/sites/1/ctrategiya-afrika-eng.pdf> (дата звернення: 10.08.2025)
101. Ukraine NOW: кейс національного бренду. Український інститут. 2019. URL: <https://ui.org.ua/projects/ukraine-now> (дата звернення: 05.05.2025)
102. Ukrainian cultural diplomacy: Where is Ukraine fighting today? URL: https://en.lb.ua/news/2025/05/17/35920_ukrainian_cultural_diplomacy_where.html (дата звернення: 05.08.2025)
103. United States Information Agency. Former government agency. У *Wikipedia: The United States Information Agency*. 2025. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/United_States_Information_Agency (дата звернення: 07.08.2025)
104. United24. Official fundraising platform of Ukraine. 2023. <https://u24.gov.ua>
105. UNITED24. The initiative of the President of Ukraine – official site / Impact report. URL: <https://u24.gov.ua>. u24.gov.ua+1. (дата звернення: 10.08.2025)
106. Wendt A. Social Theory of International Politics. Cambridge: Cambridge University Press, 1999. 429 p.

ДОДАТКИ

Додаток А

Порівняльний аналіз моделей публічної дипломатії США, ЄС та України

Критерій / Країна	США	ЄС	Україна
Інституційна основа	Державний департамент США, USAGM, USAID, культурні центри та неурядові організації	Європейська комісія, EEAS, EUNIC, держави-члени	МЗС України, Український інститут, інші державні та недержавні інституції

Основні інструменти	Медіа-кампанії, культурні програми (Fulbright), міжнародні мовники (Voice of America), цифрова дипломатія	Освітні програми (Erasmus+), культурні мережі (EUNIC), цифрові платформи, програми розвитку	Кампанії United24, Advantage Ukraine, культурні проекти, цифрова дипломатія, робота з діаспорою
Стратегічні цілі	Просування американських цінностей, забезпечення впливу, підтримка зовнішньої політики	Підтримка інтеграційних процесів, поширення європейських цінностей, партнерські програми	Мобілізація міжнародної підтримки, формування позитивного іміджу, протидія дезінформації
Сильні сторони	Значні ресурси, інституційна сталість, глобальна присутність	Мережевий підхід, культурна та освітня привабливість, багатоканальність	Гнучкість, інноваційність, висока мобілізаційна здатність
Слабкі сторони	Може сприйматися як інструмент власних інтересів	Повільність ухвалення рішень, складна координація	Обмежені ресурси, кадровий дефіцит
Контекст застосування	Глобальна політика та підтримка союзників	Інтеграція, розширення, регіональні програми	Воєнний час, екзистенційні виклики, міжнародна солідарність

SUMMARY

This master's thesis explores the role of public diplomacy in modern international relations and provides an in-depth assessment of its evolution, tools, actors, strategic applications, and country-specific models. The study demonstrates that public diplomacy has undergone a profound transformation from a narrow instrument of cultural exchange and state propaganda in the mid-twentieth century to a multidimensional system of strategic communication integrating political, cultural, educational, informational, and digital dimensions. The analysis of theoretical concepts shows that public diplomacy represents a complex and multilayered

phenomenon shaped by technological development, globalization, hybrid conflicts, and competition for influence in the global information space.

Foreign scholars such as N. Snow, J. Nye, and E. Gilboa emphasize the ability of public diplomacy to cultivate a country's soft power and shape foreign public opinion. Ukrainian researchers, including O. Ivanytska, V. Mytsyk, and H. Perepelytsia, highlight the significance of public diplomacy in strengthening national security and promoting Ukraine's international image. The coexistence of these perspectives underlines the dual nature of public diplomacy as both a communicative and strategic instrument.

The thesis further explores the role of public diplomacy in shaping a country's international image and ensuring national security. A positive international image enhances a state's influence, strengthens trust among partners, and contributes to increased investment, tourism, and international support. In the context of global competition and hybrid warfare, public diplomacy becomes a strategic component of national power. It contributes to creating a favorable informational environment, countering hostile narratives, and mobilizing international solidarity.

The analysis of soft power and cultural diplomacy shows that they form the backbone of long-term international engagement. Educational programs, cultural exchanges, artistic projects, and promotion of national languages contribute to building cultural affinity and emotional connections with foreign publics.

The research also demonstrates the growing importance of digital diplomacy as a modern instrument of international communication. Global digitalization and the rapid spread of information have transformed the ways states interact with foreign audiences. Social networks, multimedia platforms, and online campaigns allow governments to communicate directly, react quickly to global events, and shape narratives without intermediaries. At the same time, digital diplomacy requires the ability to tailor content for diverse audiences and develop resilience against cyber threats, information warfare, and online manipulation. The findings confirm that

digital diplomacy is no longer an auxiliary tool but a central component of contemporary foreign policy.

A comparative analysis of the public diplomacy models of the United States, the European Union, and Ukraine reveals both shared features and significant differences.

The United States has built a comprehensive, multi-level system that integrates governmental agencies, independent organizations, cultural institutions, and advanced communication technologies. The strengths of the U.S. model include long-term strategic vision, strong financial capacity, and institutional continuity. However, its limitations stem from perceptions of U.S. policies as self-interested, which may reduce trust in certain regions.

The European Union employs a multi-actor model based on coordination between EU institutions and member states. Its strengths lie in cultural and educational programs such as Erasmus+ and EUNIC, the unifying narrative of European integration, and the activities of the European External Action Service. The EU effectively combines soft power, digital platforms, and development programs, creating a stable and positive image in partner countries. Its primary limitation is the complexity of its decision-making system, which reflects the diversity of interests among its member states.

The Ukrainian model of public diplomacy has undergone rapid development, particularly during the period of full-scale war from 2022 to 2025, when it became a critical tool for mobilizing international support and countering disinformation. Ukraine's strengths include flexibility, innovation, and the ability to respond quickly to crises. State-led campaigns such as United24 and Advantage Ukraine, cultural initiatives, digital diplomacy, and cooperation with the diaspora have significantly contributed to sustaining global attention and strengthening solidarity with Ukraine.

Yet challenges remain, including limited financial and human resources and the need to enhance institutional capacity.

The comparison of the three models demonstrates that Ukraine has effectively adapted best international practices while preserving its unique approach shaped by wartime conditions. To further strengthen its public diplomacy, Ukraine must invest in institutional development, expand digital diplomacy, and systematize cultural and educational outreach. Long-term consistency, strategic planning, and enhanced coordination among all actors will support Ukraine's transition from crisis-driven communication to a sustainable model of international engagement.

Overall, the thesis confirms that public diplomacy is an indispensable component of contemporary international relations. In an era characterized by information warfare, geopolitical competition, and digital connectivity, the power of communication, culture, and strategic influence increasingly shapes the global order. States that effectively use public diplomacy gain not only international recognition but also reinforce their national security and long-term stability. The findings of this research provide a comprehensive understanding of public diplomacy and offer practical recommendations for strengthening its role in shaping a state's international presence and foreign policy outcomes.