ЛЬВІВСЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра міжнародних економічних відносин

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

ВПЛИВ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ НА РОЗВИТОК ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ

Виконав (ла): здобувач вищої освіти
ступеня бакалавра ОПП Міжнародних економічних відносин
спеціальності “Міжнародні економічні відносини”

_____ Рибак Софія Володимирівна
(підпис) (прізвище, ім'я, по батькові)

_____ Науковий керівник д.е.н., проф. Яремко Л.А.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Львів – 2026

ЛЬВІВСЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Інститут, факультет **міжнародних економічних відносин та інформаційних технологій**
Кафедра **міжнародних економічних відносин**
Рівень вищої освіти **перший**
Ступінь вищої освіти **бакалавр**
Спеціальність **292 "Міжнародні економічні відносини"**
Освітньо-професійна програма **"Міжнародні економічні відносини"**

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри міжнародних
економічних відносин
_____проф. В. О. Шевчук
"____" _____2025 року

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА ОСВІТИ
Рибак Софія Володимирівна
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи **Вплив публічної дипломатії на розвиток зовнішньоекономічної діяльності України**

керівник роботи д.е.н., проф. кафедри міжнародних економічних відносин Л.А. Яремко
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)
затверджені наказом закладу вищої освіти від "28" жовтня 2025 року № 1043/03
2. Термін подання студентом роботи:_до 20 травня 2026 року
3. Вихідні дані до роботи: Статистичні бази даних Євростату, ОЕСР та МВФ, аналітичні матеріали Єврокомісії та ЄЦБ, наукові публікації вітчизняних та зарубіжних економістів, бази даних World Development Indicators, звіти Міжнародного валютного фонду (World Economic Outlook),Статистичні бази Головного управління статистики України, аналітичні матеріали НІСД, наукові публікації вітчизняних та зарубіжних економістів.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) Визначити місце культурної дипломатії як інструменту впливу держави у сучасній світовій політиці; дослідити роль культурної дипломатії як комунікаційного інструменту розвитку країни, зокрема у аспектах формування її іміджу на міжнародному рівні; дослідити потенційний вплив культурної дипломатії на зовнішньоекономічну діяльність України; оцінити інституційні та комунікаційні виклики культурної дипломатії після початку військових дій; розглянути роль культурної дипломатії як інструменту протидії російській пропаганді та дезінформації; проаналізувати цінності та стратегії сучасної дипломатичної практики країн світу, динаміку їх системних змін та можливості застосування їх позитивного досвіду в практиці України.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) Динаміка товарної та географічної структури експорту послуг Україною за досліджуваний період; частка окремих країн регіону в загальному експорті України, динаміка і структура експорту послуг до провідних країн торговельних партнерів, таблиця результатів панельної регресійної моделі з фіксованими ефектами.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	**Прізвище, ініціали та посада консультанта**	**Підпис, дата**	
		завдання видав	завдання прийняв

7. Дата видачі завдання___3 жовтня 2025 р._____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	Відмітка про виконання
1	Вибір теми кваліфікаційної роботи	вересень 2025 р.	
2	Складання з керівником календарного плану роботи	жовтень 2025 р.	
3	Затвердження плану кваліфікаційної роботи	до 26 жовтня 2025 р.	
4	Опрацювання теоретичних джерел з теми кваліфікаційної роботи, складання бібліографії	9–27 жовтня 2025 р.	
5	Написання І розділу	30 жовтня – 24 листопада 2025 р.	
6	Подання керівнику І розділу на перевірку	до 27 листопада 2025 р.	
7	Доопрацювання І розділу з врахуванням зауважень керівника	до 22 грудня 2025 р.	
8	Збирання первинної інформації	до 19 січня 2026 р.	
9	Написання ІІ розділу	22 січня – 16 лютого 2026 р.	
10	Подання керівнику ІІ розділу на перевірку	до 19 лютого 2026 р.	
11	Доопрацювання ІІ розділу з врахуванням зауважень керівника	до 1 березня 2026 р.	
12	Написання ІІІ розділу	4 – 29 березня 2026 р.	
13	Подання керівнику ІІІ розділу на перевірку	до 1 квітня 2026 р.	
14	Доопрацювання ІІІ розділу з врахуванням зауважень керівника	до 19 квітня 2026 р.	
15	Написання вступу і висновків, складання списку використаних джерел	22 квітня – 10 травня 2026 р.	
16	Оформлення кваліфікаційної роботи	до 17 травня 2026 р.	
17	Подання кваліфікаційної роботи на рецензування керівнику	до 20 травня 2026 р.	
18	Подання роботи на кафедру	до 27 травня 2026 р.	
19	Зовнішнє рецензування роботи	до 01 червня 2026 р.	
20	Кафедральний захист роботи	до 10 червня 2026 р.	
21	Подання роботи в ЕК	до 15 червня 2026 р.	
22	Захист кваліфікаційної роботи в ЕК	17 червня 2026 р.	

Здобувачка освіти _____ **Рибак С.В.**
(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____ **Яремко Л.А.**
(підпис) (прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Рибак Софія Володимирівна. Вплив публічної дипломатії на розвиток зовнішньоекономічної діяльності України**. – Рукопис.**

Кваліфікаційна робота на здобуття вищої освіти ступеня "бакалавр" за освітньо-професійною програмою "Міжнародні економічні відносини" зі спеціальності "Міжнародні економічні відносини". – Львівський торговельно-економічний університет. Львів. 2026.

Здійснено дослідження змін, що зазнала культурна дипломатія України на тлі російсько-української війни, а також у визначенні її нових функцій на міжнародній арені. Аналізується її значення як засобу міжнародного спілкування, забезпечення інформаційної безпеки та залучення міжнародної підтримки. Розглядаються труднощі, пов'язані з відсутністю єдиної державної стратегії, недосконалою координацією між державними структурами та громадськими організаціями, недостатнім використанням цифрових технологій і потребою у тривалих міжнародних партнерствах. Обґрунтовується важливість розуміння культурної дипломатії як важливої складової не лише зовнішньої політики, а і національної безпеки та пропонуються способи її подальшого розвитку, зокрема через цифровізацію та розширення міжнародної співпраці.

Ключові слова: культурна дипломатія, імідж країни, м'яка сила національна безпека, стратегічні комунікації, зовнішньоекономічна діяльність, культурні інституції, протидія дезінформації.

ABSTRACT

Rybak Sofiya Volodymyrivna. The Impact of Public Diplomacy on the Development of Ukraine's Foreign Economic Activity.- Manuscript.

Qualification work for higher education of Bachelor's Degree in educational and professional program "International Economic Relations" in the specialty "International Economic Relations". – Lviv University of Trade and Economics. Lviv. 2026.

This study examines the changes Ukraine's cultural diplomacy has undergone amidst the Russo-Ukrainian war, as well as the definition of its new functions on the international stage. It analyzes the role of cultural diplomacy as a means of international communication, a tool for ensuring information security, and a way to garner international support. The challenges associated with the lack of a unified state strategy, imperfect coordination between government bodies and civil society organizations, insufficient use of digital technologies, and the need for long-term international partnerships are examined.

The importance of understanding cultural diplomacy as a key component of not only foreign policy but also national security is substantiated, and ways to further develop it—particularly through digitalization and the expansion of international cooperation—are proposed.

Keywords: cultural diplomacy, country image, soft power, national security, strategic communications, foreign economic activity, cultural institutions, countering disinformation.

ЗМІСТ

ВСТУП 4

РОЗДІЛ 1. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ ДОСЛІДЖЕНЬ КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ 7

1.1. Культурна дипломатія як складова зовнішньополітичної діяльності 7

1.2. Нормативно-правова база та інституційне забезпечення культурної дипломатії України 14

Висновки до розділу 21

РОЗДІЛ 2. КУЛЬТУРНА ДИПЛОМАТІЯ ЯК СКЛАДОВА СУЧАСНОГО ГЕОЕКОНОМІЧНОГО ДИСКУРСУ 22

2.1. Мистецькі проекти як засіб формування зовнішньополітичного іміджу країни 22

2.2. Вплив культурної дипломатії на зовнішньоекономічну діяльність України 30

Висновки до розділу 37

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПОСИЛЕННЯ ЗАХОДІВ КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ УКРАЇНИ 39

3.1. Пріоритети розвитку культурного контенту в Україні з урахуванням реалій російської агресії 39

3.2. Перспективні напрями розвитку культурної дипломатії України 45

Висновки до розділу 51

ВИСНОВКИ 53

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 55

ДОДАТКИ 61

ВСТУП

Актуальність теми. Культурна дипломатія як елемент державної політики є дуже важливою. Україна почала реалізовувати культурну дипломатію як таку лише після 2015 р., коли і державна влада, і суспільство відчули потребу у сильній українській позиції. Культурна дипломатія не є новим явищем у міжнародних відносинах, однак про ефективну культурну дипломатію України ми можемо говорити лише після 2015 р. До цього часу промоція нашої держави за кордоном спиралася на культурну спадщину з вектором, спрямованим у минуле. Наприклад, з 2006 р. свою діяльність розпочали культурно-інформаційні центри при дипломатичних представництвах України за кордоном, діяльність яких зосереджувалася на поширенні інформації про історію і традиції українського народу.

Культурна дипломатія є ключовим знаряддям зовнішньої політики країни. Вона задіяна для укріплення міжнародних зв'язків, сприяння впізнаваності національної культури та побудови позитивного іміджу держави на світовій арені. В контексті російсько-української війни, культурна дипломатія України переростає зі звичайного інструменту в стратегічний важіль. Її значення зростає у боротьбі за міжнародну підтримку, у протистоянні дезінформації та у збереженні унікальної національної ідентичності. Це, зі свого боку, породило свіжі виклики, зокрема потребу у результативному спілкуванні з іноземною аудиторією, протидії російським наративам та включенні культурної дипломатії до державної стратегії безпеки. В даних обставинах культурна дипломатія постає не тільки як елемент "м'якої сили" держави, але й як засіб інформаційної безпеки та інструмент стратегічних комунікацій. Загалом, в сучасних світових взаєминах культура розглядається як важіль політичного впливу, застосовуваний для формування суспільної думки, підсилення національної ідентичності та просування державних інтересів.

Метою роботи є – дослідження ролі культурної дипломатії у розвитку зовнішньоекономічних зв'язків, формування міжнародного іміджу України та напрямів подальшого розвитку в умовах військових дій.

Виходячи із зазначеної мети, було поставлено такі **основні завдання:**

– визначити місце культурної дипломатії як інструменту впливу держави у сучасній світовій політиці;

– дослідити роль культурної дипломатії як комунікаційного інструменту розвитку країни, зокрема у аспектах формування її іміджу на міжнародному рівні;

– дослідити потенційний вплив культурної дипломатії на зовнішньоекономічну діяльність України;

– оцінити інституційні та комунікаційні виклики для культурної дипломатії після початку військових дій;

– розглянути роль культурної дипломатії як інструменту протидії російській пропаганді та дезінформації.

– проаналізувати цінності та стратегії сучасної дипломатичної практики країн світу, динаміку їх системних змін та можливості застосування їх позитивного досвіду в практиці України;

Об'єктом дослідження є: культурна дипломатія як складова сучасних міжнародних відносин

Предметом дослідження є: використання інструментів культурної дипломатії для формування іміджу країни та стимулювання зовнішньоторговельних зв'язків.

Для підвищення ефективності роботи з великими масивами текстової та числової інформації використовувалися AI-інструменти (зокрема, ChatGPT та Claude). Їх застосування обмежувалося технічними завданнями: реферуванням джерел, перевіркою логічної структури тексту та попередньою обробкою даних. Концептуальна частина дослідження, аналіз і висновки є результатом самостійної інтелектуальної роботи автора.

Методи дослідження. Для аналізу сутності культурної дипломатії було

використано такі методи дослідження: методи аналізу, синтезу, індуктивний та дедуктивний методи, типологічний та класифікаційний аналіз, структурно-функціональний аналіз.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Обсяг змістової частини роботи складає – 54 сторінки. Список використаних джерел нараховує 52 позиції.

РОЗДІЛ 1
СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ ДОСЛІДЖЕНЬ КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ

1.1. Культурна дипломатія як складова зовнішньополітичної діяльності

У сучасних умовах глобалізації та зростаючої ролі "м'якої сили" культурна дипломатія постає як ключовий інструмент формування позитивного міжнародного образу держави. Для України, яка переживає воєнний конфлікт та інформаційні баталії, культурна дипломатія набуває критичної важливості як механізм оборони національних інтересів, утвердження власної ідентичності та нейтралізації дезінформаційних атак.

Культурна дипломатія є складовою публічної дипломатії, спрямованою на налагодження контактів між державою та закордонною аудиторією винятково в царині культури. Поняття "культурна дипломатія" увів у науковий обіг американський вчений Ф. Баргурн у 1960-х роках. Він трактував її як "використання культурних ресурсів та осіб для досягнення пропагандистських завдань", маючи на увазі досвід СРСР [47]. Однак, згідно з сучасними науковими поглядами, "...пропагандистський тон у культурній дипломатії викликає недовіру у цільової аудиторії і, за словами Дж. Ная, підриває "м'яку силу" держави". [50, с.14].

Американський політолог М. Каммінґс розширив розуміння “культурної дипломатії”, визначивши її як “обмін ідеями, інформацією, мистецтвом та іншими аспектами культури між країнами та їхніми народами для сприяння взаєморозумінню”. М. Каммінґс також зазначає, що культурна дипломатія може проявлятися не тільки у двосторонньому обміні, але й односторонньо, коли, наприклад, одна держава концентрує свої зусилля на поширенні власної мови, роз'ясненні своєї політики та поглядів, або ж "розповідає свою історію" решті світу [49]. Н. Калл у своїй праці стверджував, що “культурну

дипломатію можна визначити як спроби суб'єктів вплинути на міжнародну арену шляхом популяризації своїх культурних ресурсів та здобутків за кордоном та/або розвитку культурної комунікації за межами країни" [48].

В Україні феномен культурної дипломатії став елементом зовнішньої політики відносно нещодавно. Події 2014 року зумовили потребу у формуванні нового образу України, що актуалізувало інтерес до поняття та явища культурної дипломатії. Цим явищем передусім займаються фахівці з теорії міжнародних відносин, зокрема І. Хоменська [41] та Є. Тихомирова [37]. У своїх дослідженнях автори розглядають сутність, значення та цілі культурної дипломатії, а також досвід впровадження цього напряму в дипломатичній практиці інших держав. Підкреслюється, що в сучасній Україні цьому напрямку не надавалося достатньо уваги.

Культурна дипломатія також привертає увагу політологів. У статті О. Штирьова робиться спроба аналізу умов та специфіки розвитку культурної дипломатії України. Досліджено діяльність українських культурно-інформаційних центрів при закордонних дипломатичних установах, а також державних органів, відповідальних за організацію цього процесу [44].

М. Кушнарьова проводить критичну оцінку реалізації культурної дипломатії України до 2022 року, висвітлюючи її недостатній інституційний розвиток. Авторка наголошує, що відсутність послідовної державної політики в цій сфері призвела до зниження впізнаваності української культури на міжнародному рівні, що, у свою чергу, дозволило Росії домінувати у світовому культурному дискурсі [14].

М. Шкурко зауважує, що культурна дипломатія стала одним з інструментів протидії російській пропаганді. Вона аналізує роботу таких організацій, як Український інститут, та демонструє, яким чином культурні проєкти сприяють зміні іміджу України в західних країнах [43].

Американський інститут культурної дипломатії сформулював своє розуміння цього терміну. Вони розглядають культурну дипломатію як організований процес міжнародного обміну культурними досягненнями та

цінностями, спрямований на зміцнення миру та стабільності через налагодження взаєморозуміння між культурами. Американські експерти визнають, що реалізація культурної дипломатії може відбуватися як за участі державних структур, так і приватних організацій чи громадських ініціатив.

Деякі науковці підкреслюють, що головною відмінністю культурної дипломатії від інших подібних практик є довгостроковий характер її цілей. Наприклад, Р. Арндт [46] вважає культурну дипломатію складовою публічної дипломатії, зосередженою на встановленні тривалих зв'язків. Х. Кім [52] дотримується схожої думки. Водночас, для інших фахівців важливою ознакою є те, що ця діяльність розгортається поза межами країни.

Культурна дипломатія визнається одним із найдієвіших методів комунікації країни на міжнародній арені. Використовуючи культурну дипломатію як інструмент зовнішньополітичної діяльності, держава здатна підвищити впливовість своєї політики, покращити власний імідж, зміцнити свій авторитет на міжнародному рівні, а також створити сприятливі умови для економічного та суспільного розвитку в цільових регіонах.

Ефективна система стратегічних комунікацій є фундаментальним елементом успішної зовнішньополітичної діяльності будь-якої держави. Саме вони допомагають утверджувати національні інтереси на глобальній арені, зокрема через проведення інформаційних кампаній. В рамках цього, культурна дипломатія, разом з інформаційною та публічною, займає одне з провідних місць [11, с. 76].

Незважаючи на те, що культурна дипломатія завжди була важливою, її актуальність особливо зростає під час збройних конфліктів. На сьогоднішній день, культурна дипломатія, що втілюється у різноманітних форматах і стратегіях, відіграє визначальну роль у боротьбі за міжнародний вплив. Це не лише інструмент для світових лідерів у суперництві за думки та емоції людей, але й критично важливий фактор для утвердження миру на планеті [4, с. 1060-1074].

У сучасному контексті термін "культурна дипломатія" означає налагодження культурних контактів та їх використання у міжнародних відносинах з метою поглиблення взаєморозуміння між країнами.

У наш час термін "культурна дипломатія" охоплює розбудову культурних взаємозв'язків та застосування їх у міжнародних стосунках з метою поглиблення взаєморозуміння між державами.

У наукових колах часто ототожнюють культурну дипломатію з культурною політикою. Однак важливо наголосити, що культурна політика – це "науково обґрунтована діяльність держави, спрямована на підтримку та розвиток культури" [17]. Культурна політика визначає ключові пріоритети держави у сфері культури. Натомість культурна дипломатія спирається на принципи, цілі й завдання, визначені культурною політикою. Культурна дипломатія є напрямком дипломатичної діяльності, застосовуючи культуру як інструмент для досягнення зовнішньополітичних цілей держави.

У науковому дискурсі виділяють три класичні моделі культурної дипломатії, які відображають національні особливості реалізації зовнішньої політики. Перша модель відзначається суворою централізацією та державним контролем. Міжнародну культурну політику реалізують урядові структури та національні установи, створені за кордоном спеціально для цих завдань. Друга модель базується на принципі опосередкованого контролю. У цій моделі культурна дипломатія частково фінансується державою, проте координуючу роль у реалізації зовнішньої культурної політики відіграють неурядові інституції. Третя модель – це децентралізована організаційна структура, що працює за принципом дистанційного управління. Урядові органи здійснюють обмежений контроль, а культурну дипломатію втілюють у життя недержавні організації, які отримують державне фінансування в межах своєї компетенції [18].

Ключовим аспектом культурної дипломатії є налагодження стійких комунікативних зв'язків. Це стосується як офіційних осіб, залучених до

культурного діалогу, так і звичайних громадян держав, які взаємодіють. Такий зв'язок суттєво впливає на досягнення загальнодержавних стратегічних цілей.

Водночас, часто спостерігається розбіжність у баченні цілей культурної дипломатії на державному рівні. Нерідко її сприймають як інструмент для досягнення нормативних, ідеалістичних завдань, які зазвичай формулюються як "взаєморозуміння". На противагу цьому, деякі країни надають перевагу використанню цієї практики для просування власних національних інтересів, а не для зміцнення міжнародної співпраці та взаєморозуміння.

Крім того, брак належної уваги до культурної дипломатії з боку наукової спільноти може бути зумовлений невизначеністю її сутності. На сьогодні існує багато різних визначень цього поняття. Деякі закордонні дослідники вважають, що складність у визначенні того, "чим є і якою має бути культурна дипломатія", криється у самих термінах "дипломатія" та "культура" та їхніх значеннях.

Серед чинників, які формують культурну дипломатію країни, слід виділити:

– першочергові завдання зовнішньополітичного курсу;
– історичний спадок та особливості країни;
– поширеність та привабливість мови країни на міжнародній арені;
– прагнення до формування сприятливого образу;
– економічні інтереси держави;
– наявність ресурсів та обсяги фінансування культурної сфери [6].

У нинішніх умовах реалізація культурної дипломатії передбачає використання певного комплексу інструментів, методів та стратегій. Держави застосовують їх для популяризації своїх культурних надбань, покращення міжнародного іміджу та досягнення цілей зовнішньої політики за допомогою культурного обміну та співпраці. Сучасні реалії, такі як глобалізаційні процеси, стрімкий розвиток цифрових технологій, інформаційні протистояння, диктують необхідність пристосування цих механізмів.

Інструментарій культурної дипломатії поєднує як відпрацьовані часом, так і новітні підходи. [8, с. 198]. (табл. 1.1).

Таблиця 1.1.

Інструменти культурної дипломатії

Офіційні інституції та програми	Національні інституції культури: Спеціальні державні організації (наприклад, Український інститут), чия основна мета – це представлення національної культури поза межами країни. Фінансова допомога та програми перебування: Надання митцям коштів для реалізації спільних міжнародних проєктів. Спадщина та літературна діяльність: Переклад книг, розширення знань про історичні досягнення.
Освітні та академічні обміни	Академічна мобільність: Можливості навчання та викладання для студентів і викладачів за кордоном, що формують підгрунтя для міжкультурної взаємодії та сприяють встановленню довготривалих партнерських відносин. Стажування для студентів і наукових працівників. Мовні центри та програми: Поглиблення знань мови як інструменту для кращого розуміння національного менталітету та культурної спадщини.
Масові заходи та презентації	Міжнародні виставки мистецтв, тижні моди та кінофестивалі: Отримавши можливість бути присутніми на подібних заходах, ми зможемо вплести вітчизняний витвір культури у світовий простір. Програми для широкого загалу: Свята, періоди культури однієї держави на території іншої, пленуми національних надбань. Обмін в галузі мистецтв: Експозиції, виступи музичних та театральних ансамблів, кінопокази.
Релігія	(міжрелігійний діалог).
Цифрові технології та медіа	Віртуальні мандрівки та експозиції (Музеї й галереї пропонують 3D-екскурсії, завдяки чому національне мистецтво стає доступним без жодних географічних обмежень). Соціальні мережі та подкасти сприяють популяризації культури шляхом поширення історій, що охоплюють значну аудиторію за кордоном та формують позитивне сприйняття держави. Цифрові майданчики

Джерело: сформовано автором на основі даних [8].

Для дієвої культурної дипломатії є критично важливим наявність як обсягу, так і високої якості культурного контенту, який вона застосовує. Сучасну культурну дипломатію формують насамперед такі сфери, як мистецтво, вища освіта, наукові досягнення, спортивні здобутки та розвиток туризму. Щоб заходи, які організовуються, отримували належне визнання на міжнародному рівні, дипломати повинні вдаватися до використання вже відомих та впізнаваних символів. За умов обмежених фінансових ресурсів, надзвичайно важливо розуміти, які складові національної культури вже здобули популярність поза її межами, включаючи елементи масової культури та певні її традиційні прояви [18, с. 16-17].

Існує кілька вагомих причин для побудови культурної присутності за кордоном та просування культурної спадщини різних народів. Співпраця у сфері культури має працювати на створення "сприятливих умов" для успішного втілення зовнішньополітичних ініціатив, а також для утвердження за країною її належного місця у світі, що відповідає її геополітичному положенню. Культурні взаємини повинні сприяти формуванню позитивного й неупередженого образу держави, викликати прихильність до неї, розширювати коло її прихильників та демонструвати відкритість суспільства [7, с. 90-91].

Інноваційні підходи в культурній дипломатії передбачають використання цифрових технологій та соціальних медіа, що надає державам можливість оперативно й дієво донести свої культурні меседжі до глобальної спільноти.

Крім того, вагомий компонент сучасних інструментів культурної дипломатії – це використання штучного інтелекту. Цей підхід надає змогу автоматизувати та вдосконалювати процеси збору, аналізу та розповсюдження відомостей. Штучний інтелект уможливлює розробку майданчиків для культурного обміну, а також дозволяє аналізувати значні масиви даних для виявлення актуальних культурних тенденцій [8, с. 198].

Культурна дипломатія являє собою надзвичайно цінний ресурс, що сприяє встановленню взаєморозуміння та налагодженню ефективної взаємодії між державами, які мають різноманітну культурну спадщину та здобутки. Через культуру, презентуючи власні цінності та спадок, країни будують надзвичайно стійкі зв'язки, що виходять за рамки політичних розбіжностей. Культурна дипломатія відіграє значущу роль у мирному врегулюванні конфліктів, адже вона створює простір для ведення діалогу між різними культурними спільнотами. Взаємодія на культурному полі, у свою чергу, сприяє досягненню миру. Отже, культурна дипломатія є дієвим інструментом "м'якої сили", який стимулює стабільне та надійне міжнародне партнерство.

1.2. Нормативно-правова база та інституційне забезпечення культурної дипломатії України

З відновленням української державності у 1991 р., відбулися певні зрушення в організації української культурної дипломатії: схвалено документи стратегічного характеру, відбулося кілька спроб створення структур, що мали опікуватися пожвавленням культурного співробітництва [16]. Однак ні культурно-Інформаційні Центри України за кордоном, ані Державна агенція промоції культури України створена при Міністерстві культури, не забезпечили пізнаваності української культури і формування культурного бренду України в світі. урядові заходи з розбудови української культурної дипломатії були спорадичними, іноді навіть фіктивними, або мали суто декларативний характер [17].

Загалом українська культурна дипломатію як механізм дипломатії набув актуальності після Революції гідності. Громадянська позиція українського народу сформувала інтерес і позитивний політичний імідж країни в очах світової спільноти. Вітчизняні дослідники, культурні та державні діячі розпочали активну діяльність щодо привернення уваги демократичного світу

до України заради миру та підтримки [35]. Виявилось, що світові політичні кола та громадськість неналежно інформовані про зусилля українського народу в сфері державотворчості та й взагалі про Україну: її історію та культурно-цивілізаційні здобутки. Стратегією публічної дипломатії вперше в Україні сформульовано та визначено сім напрямів публічної дипломатії: культурна; експертна; економічна; кулінарна; цифрова; науково-освітня та спортивна. Таким чином культурна дипломатія є одним з функціональних напрямів зовнішньої політики країни. Цій дипломатичній сфері українська влада стала приділяти більше уваги саме після 2014 року. Але такі заходи були не системними. З 2015 проводились форуми культурної дипломатії України, але ця ініціатива згодом припинилася.

Важливим кроком на шляху реалізації завдань культурної дипломатії стало створення у 2017 – 2018 роках Українського інституту – державної установи, яка представляє українську культуру у світі та формує позитивний образ України за кордоном. На урядовому порталі зазначено мету установи: це захист інтересів держави та формування позитивного іміджу України за кордоном [36]. Прототипи таких практично століття функціонують як громадські організації, що підпорядковуються або взаємодіють із Міністерством закордонних справ в європейських країнах (як приклад, Британська рада, інститут Гете, Данський інститут, Польський інститут, Французький інститут). Останнім часом ці культурні інституції зосередилися на пропагуванні сучасної культури.

Український інститут є афілійованою з МЗС установою, але має автономію у визначенні змісту своєї діяльності. Наглядова рада здійснює контроль за його роботою та визначає стратегічні пріоритети. Фінансування надходить з державного бюджету, а також від благодійників і донорів.

В діяльності Українського інституту можна виділити два етапи. Перший – від заснування, а фактично від 2018 року і до 2021 року. 2018 рік був, здебільшого, роком інституалізації установи. Було проведено більше 150 зустрічей і консультацій, презентовано Інститут на 25 публічних заходах. В

цих заходах брали участь фахівці в галузі культури, освіти та ін., як вітчизняні так і іноземні, відбувалося публічне обговорення стратегії і форм діяльності. Також відбулася активна комунікація з керівниками культурно - освітніх інституцій Польщі, Німеччини, Іспанії, Чехії, Австрії, менеджерами подібних установ закордоном. Були досягнуті певні результати у вигляді укладання договорів про співпрацю, втілення деяких проєктів. Також відбувалося поширенням інформації про Інститут в пресі [39]. Інститут було створено лише на 27 році незалежності, почалася комунікація з 10 країнами, почали відкривати закордонні філії. Потрібно було з'ясувати у потенційних закордонних партнерів, що саме люди закордоном хочуть побачити, про що дізнатися відносно України, як тут живуть, чим переймаються, як переосмислюють себе. Але на початку заклад зіткнувся зі значним недофінансуванням [40].

У 2019 році розпочалася повноцінна діяльність. Кількість членів команди зросла з 11 до 40, вони реалізували 84 заходи і проєкти, з якими було охоплено близько 10 країн. У 2020 р. Інститут звітує про 84 заходи, але вже у 21 країні та з охопленням 1,2 млн. осіб. У 2021 році УІ виконував 17 довгострокових програм: промоція українських фільмів закордоном; підтримка мистецьких резиденцій; промоція української музики; підтримка виставкових проєктів, драматичного мистецтва; кулінарна дипломатія; розробка онлайн-курсів про історію та культуру України; початок дослідження сприйняття України за кордоном; документальний захід «Крим, 5 ранку» та інформаційна кампанія, що привертають увагу до політичних в'язнів у Криму; організація міжнародного форуму культурної дипломатії. УІ у 2021 році було замовлено дослідження висвітлення історії України ХХ століття в чотирьох європейських країнах (Франції, Німеччини, Польщі та Великої Британії). Український інститут опублікував аналітичні довідки українською та англійською мовами, які підсумовують результати дослідження європейських підручників і навчальних посібників.

Створення Українського інституту стало ключовою подією у розвитку культурної дипломатії України. Інститут має необхідну правову базу, чітку стратегію діяльності та професійну команду, що працює над формуванням національного бренду. Попри це, тривалий час він не отримував належної підтримки від влади та політичної еліти. Наслідки такої недооцінки стали очевидними після повномасштабного вторгнення РФ: міжнародна спільнота часто не мала чіткого уявлення про Україну, яка залишалася в тіні Росії. У 2022 році Інститут значно активізував діяльність, істотно збільшивши кількість проєктів завдяки підтримці партнерів. Серед ключових завдань – популяризація української історії та культури, а також деколонізація культурного простору, яка постала як надзвичайно важлива і складна мета.

Другий етап розпочався у 2022 році. Українська держава і її зовнішня політика мали кардинально змінитися в умовах війни. Перше, що зробив Український інститут – закликав світову й українську культурну спільноту припинити співпрацю з рф, обгрунтувавши це тим, що будь-яка культурна присутність Росії у світі легітимізує її агресію проти України, виправдовує і нормалізує війну. В подальшому навколо цього заклику розгорнулася ціла дискусія, деякі західні інтелектуали почали звинувачувати українських діячів у так званому «cancel culture», почалися маніпулювання громадською думкою. інституційною позицією стала неучасть українців у спільних подіях з росіянами. Деякі російські інтелектуали почали просувати небезпечний наратив, що росіяни – подвійні жертви: спершу путінського режиму, який змусив їх покинути професію чи країну, а вдруге – жертви «жорстоких українців», які забирають у них доступ до привілеїв. “Харошіє рускіє” мають або мовчати, або прагнути поразки росії. З іншого боку був заклик не застосовувати автоматично культуру скасування, бо сенс дипломатії - вміти чути і слухати, навіть якщо не погоджуємось одне з одним [29].

За ініціативою Українського інституту щорічно проводиться «Місяць культурної дипломатії» у Вікіпедії. Авторів закликають доповнювати та створювати нові статті іноземними мовами у Вікіпедії про діячів культури, про

яких іще немає матеріалів. до їх написання долучилася рекордна кількість учасників. У 2024 році матеріали створили у 66 мовних розділах сайту, що також стало рекордом за чотири роки існування проєкту (табл 1.2).

Таблиця 1.2.

Результати заходів « Місяць культурної дипломатії у Вікіпедії»

	Кількість нових статей	Кількість покращених статей	Учасники	Мови
2021	817	1200	172	44
2022	3813	262	253	60
2023	1401	85	154	64
2024	1260	425	200	66

Джерело: сформовано автором на основі даних [9].

У грудні 2022 р. УІ став асоційованим членом мережі національних культурних інститутів ЄС (ЕЦМС). Це відбулося після Міжнародного форуму культурної дипломатії 2022 р. ЕЦМС є стратегічним партнером Європейського Союзу і його мета за допомогою культури побудувати довіру та взаєморозуміння між людьми Європи та всього світу. Участь у мережі відкрила широкі можливості для співпраці, фінансування проєктів та прямого діалогу з ЄС в питаннях культурної дипломатії [39].

Крім того, Український інститут підтримує українські студії, яких у світі понад 160 у близько 30 країнах (табл.1.3). Вони опікуються культурною дипломатією та формують знання про Україну за кордоном. українських студій найбільше в країнах, де перебуває найчисельніша українська діаспора (США, Канада) або які мають тісний історичний зв'язок з Україною (Польща).

Досягненням стало розширення географії української культурної дипломатії на глобальний Південь [1]. Системна комунікація з цими регіонами була тривалий час відсутня, там роками поширювалися російські наративи щодо України. Інститут розпочав роботу в країнах Латинської Америки (Аргентина, Бразилія, Мексика), Субсахарської Африки (Кенія, ПАР, Нігерія) та Південно-Східної Азії (Індія, Індонезія), що допоможе населенню цих, далеких від України, країн зрозуміти українське суспільство. Так, наприклад,

Кенії резонує болючий досвід колоніалізму та позбавлення колоніальних наративів. А Бразилія дуже переймається проблемами екології, тому там присвятили увагу проєкту щодо проблем екоциду й майбутньому відновленню України від екологічних наслідків війни[1].

Таблиця 1.3.

Кількість реалізованих проектів та заходів за програмними напрямами (відповідно до плану заходів та плану роботи УІ) у 2024 р.:

Програмний напрям	Кількість заходів у плані заходів	Кількість заходів у плані роботи	Всього
Кіно	17	8	25
Музика	26	17	43
Література	10	3	13
Візуальне мистецтво	17	10	27
Перформативні мистецтва	9	3	12
Дослідження та аналітика	3	2	5
Українська мова	1	-	1
Академічні програми	11	1	12
Кроссекторальні проєкти	8	5	13
Країни Азії, Африки і Латинської Америки	13	4	17
Розвиток культурної дипломатії	5	-	5
Громадянське суспільство	1	-	1
Інформаційні кампанії	10	-	10
Всього	131	53	184

Джерело: сформовано автором на основі даних [32].

Сьогодні ключову роль у розвитку культурної дипломатії України відіграють Міністерство закордонних справ та дипломатичні представництва за кордоном. Мережу Культурно-інформаційних центрів при українських посольствах, які сьогодні є альтернативою Українським Інститутам, потрібно не просто реформувати оскільки їх діяльність бюрократизована. Передусім йдеться про брак державних програм в галузі культурної промоції, а також непрозорість фінансування дипломатичних місій. Міністерство продовжує продовжує формування реалізацію оновленої Стратегії публічної дипломатії на 2026–2030 роки. Також крім Українського інституту такі установи, як, Український інститут національної пам’яті, Український інститут книги, Держкіно та Український культурний фонд. До зміцнення культурної

дипломатії активно долучаються органи державної влади, зокрема Міністерство культури та стратегічних комунікацій тощо громадські організації, митці, активісти, науковці, журналісти, політики та студенти. Важливий внесок у формування позитивного іміджу України за кордоном робить і українська діаспора. “Культурна зовнішньополітична діяльність під час воєнних дій – це дієва зброя в боротьбі з пропагандою, що є частиною гібридної війни ” [20].

Також слід відзначити незалежну організацію BRAND UKRAINE що з лютого 2022 року системно працює над розвитком національного бренду України на міжнародній арені. Своє місію організація визначила перетворити Україну на улюблений бренд для всього світу [51].

Зараз питання культурної дипломатії не лише в Україні винесено в площину публічної риторики. В структурах ЄС так само шукаються нові форми її інституціоналізації. культурну дипломатію визначена ключовою в міжнародній політиці ЄС. З цією метою планується створити окрему інституцію – Європейський культурний центр, який виведе на якісно новий рівень зусилля країн-членів ЄС в цій галузі. Поряд з закладами на зразок Українського інституту в Польщі успішно діє Інститут Адама Міцкевича у Варшаві зі штатом в 70 менеджерів. За зразком цього закладу в Україні планується створення «Інституту Тараса Шевченка», а Український Інститут співпрацював з МЗС.

Культурна дипломатія - це дієвий засіб міжнародного спілкування, що має на меті корегувати погляди та дії світової спільноти щодо певної держави. Як інструмент "м’якої сили", культурна дипломатія набирає ваги в державній політиці, виправдовуючи себе в вирішенні питань національної безпеки, створенні позитивного міжнародного іміджу, активізації культурного та економічного зростання, а також у формуванні глобальних комунікацій.

Висновки до розділу

Культурна дипломатія являє собою надзвичайно цінний ресурс, що сприяє встановленню взаєморозуміння та налагодженню ефективної взаємодії між державами, які мають різноманітну культурну спадщину та здобутки. Через культуру, презентуючи власні цінності та спадок, країни будують надзвичайно стійкі зв'язки, що виходять за рамки політичних розбіжностей. Культурна дипломатія відіграє значущу роль у мирному врегулюванні конфліктів, адже вона створює простір для ведення діалогу між різними культурними спільнотами. Взаємодія на культурному полі, у свою чергу, сприяє досягненню миру. Отже, культурна дипломатія є дієвим інструментом "м'якої сили", який стимулює стабільне та надійне міжнародне партнерство.

Сьогодні ключову роль у розвитку культурної дипломатії України відіграють Міністерство закордонних справ та дипломатичні представництва за кордоном. Мережу Культурно-інформаційних центрів при українських посольствах, які сьогодні є альтернативою Українським Інститутам, потрібно не просто реформувати оскільки їх діяльність бюрократизована. також крім це такі установи, як Український інститут національної пам’яті, Український інститут книги, Держкіно та Український культурний фонд. До зміцнення культурної дипломатії активно долучаються органи державної влади, громадські організації, митці, активісти, науковці, журналісти, політики та студенти. Важливий внесок у формування позитивного іміджу України за кордоном робить і українська діаспора.

РОЗДІЛ 2
КУЛЬТУРНА ДИПЛОМАТІЯ ЯК СКЛАДОВА СУЧАСНОГО ГЕОЕКОНОМІЧНОГО ДИСКУРСУ

2.1. Мистецькі проекти як засіб формування зовнішньополітичного іміджу країни

Культурна українська дипломатія впродовж останнього століття стикалася з потребою поборювати сформовану у світової громадськості окупаційними режимами думку про Україну. Чимало перекладених іноземними мовами українських історичних назв, термінів, незрозумілі іноземцям без належних пояснень і популяризації історії України. . Імперська, радянська, російська дипломатія пропагандою сформувала, а її адепти продовжують нав’язувати й утверджувати свою думку про Україну, створювати прийнятний для них, але неприпустимий для нас, образ нашої держави. Така політика - частина інформаційної війни в Україні. Водночас створені кліше постійно підживлюються у свідомості пересічних жителів багатьох країн. і як наслідок такої політики не всі у світі однозначно розуміють, що зараз відбувається в Україні

Важливість завдання ускладнюється значними зусиллями і величезними фінансовими вкладеннями росії на просування власне російських наративів українсько-російських відносин та причин і ходу військових дій. Активно проводяться кампанії дезінформації, у тому числі і шляхом використання новітніх технологій та соцмереж

Культурна дипломатія активно використовувалася в українській дипломатії віддавна. Першим заходом культурної дипломатії України вважають п’ятирічні гастролі Української республіканської капели, організовані Української Народної Республіки (УНР) в 1919 до країн Західної Європи, а також Північної та Південної Америк під керівництвом Олександра Кошиця. Її мета – популяризація української культури через народну пісню, та

забезпечення дипломатичного визнання незалежної країни, сприяння пошукам фінансової допомоги та союзників країні, що вела війну за незалежність. Позитивні наслідки цього кроку Україна і світ пам'ятають до сьогодні. Як наслідок ряд європейських державних діячів змінили свої проросійські погляди на користь самостійності України, а сам захід культурної дипломатії визнано, як взірцевий. Дослідники відзначили «…культурний успіх капели перевищив вплив на дипломатичній арені» [33] .

Українська культура потерпала від російського пригноблення століттями. Росія забороняла її, висміювала, привласнювала собі талановитих митців, або буквально нищила їх. Тривалий час у світі домінував суто російський наратив про приналежність «спірних» митців минулого. Ще перелік українських митців, котрих росія вважає своїми і успішно переконала в цьому світ. Це: Іван Айвазовський, Архип Куїнджі, Ілля Рєпін, Казимир Малевич, Олександра Екстер, Володимир Татлін Володимир, Дмитро Левицький, Володимир Боровиковський, Анатоль Петрицький, Іваном Крамський, Максиміліана Волошина та ряд інших митців, твори яких росія включила у свій культурний простір, замовчуючи їх українське походження. До сонму російської культури включені письменники Микола Гоголь та Антон Чехов, які не приховували свого українського походження. Та відому родину Тарковських, які походять з Кіровоградщини [15].

Окрім відомих культурних постатей росія заволоділа рядом культурних артефактів. Це і відомі «дрєвнєрусскі ікони» Київської Русі**,** якими пишається Третьяковська картинна галерея: Спас Нерукотворний, Дмитро Солунський, Моління, Успіння, Печерська Богородиця з Антонієм і Теодосієм та інші. Ці ікони епохи Київської Русі було забрано (украдено) в Україні в різні історичні періоди історії» [15].

Дуже важливим є відновлення памяті і творчості заборонених в радянські часи митців, покоління Розстріляного відродження (1920 – поч. 1930-х). Серед репресованих митців особливо слід відзначити Леся Курбаса і Миколу Куліша, які започаткували новий український театр і в умовах утиску і заборон зуміли здобути міжнародне визнання.

Важливо намагатися розхитати образ росії як «глибокодуховної» держави, який кремль формував десятиліттями, адже ми зможемо показати світові уже визнану (нехай в рамках іншої країни) українську культуру. Адже, як говорила українська письменниця Оксана Забужко: «Першими вбивають тих, чиєї культури не знають» [10].

Питанням культурної дипломатії активно займається українська діаспора. До прикладу, українська громада у США 1991 р. була настільки впливовою (600 тис. американців українського походження), що вимагала на маніфестаціях визнання незалежності України. українських маніфестацій у Вашингтоні, Лос-Анджелесі, Чикаго Так, 8 вересня 1991 р. Президента США Джорджа Буша визнати незалежність України переконували українці Міннесоти [41].

Культурні надбання – від кінофільмів до мистецьких проєктів – формують нашу національну ідентичність і посилюють єднання громадян з Україною. Це також дієвий інструмент дипломатії, який допомагає укріпити підтримку України за кордоном та чинити опір намаганням Росії впливати на міжнародну думку"[2].

Важливим етапом стало створення національного бренду – Ukraine Now, що був офіційно схвалений Урядом України 10 травня 2018 року. Суть філософії бренду у слові “зараз”. Наративами для успішного позиціювання України визначено [20]:

1. Сучасна європейська країна з тисячолітньою історією, культурою та мистецтвом.

2. Країна сильних емоцій. Країна свободи та гідності.

3. Захисник миру. Україна стоїть на сторожі миру та спокою Європи.

4. Країна позитивних відкриттів. Країна, що перевищує очікування від людей, природи та можливостей.

5. Україна – гарант продовольчої безпеки світу.

Бренд має на меті просування України в країнах Західної та Центральної Європи, Північної, Південної Америки та Азії.. створення культурно-інформаційних центрів та інститутів як всередині України, так і за кордоном сприяє розвитку культурної дипломатії країни, її престижу на міжнародній арені.

Проблема полягає щ е в тому, що серед західних країнах культура часто трактується як сфера поза політикою. Через це деякі ряд культурних установи здійснюють “мовчазну” підтримку російської пропаганди, надаючи культурні майданчики що дозволяє російській пропаганді залишатися впливовою.

Головним викликом для вітчизняної дипломатії України на сьогодні є те, що про Україну знають у всьому світі, але все ще недостатньо добре розуміють. З початку повномасштабного вторгнення показники України за Global Soft Power Index” (що демонструє сприйняття національних брендів) значно виросли порівняно з 2021 роком (Рис. 2.1.) і Україна перескочила з 61 сходинки в рейтингу на 37-му (жодна країна не покращувала свої показники так радикально).

Звісно, найперше Україна завдячує стрибком свого рейтингу Збройним Силам. Проте культурні інституції також долучаються до збільшення впізнаваності України, ознайомлюючи світову спільноту з нашою культурною спадщиною. В 2024 р. рейтинг знизився до 44 місця, а у 2025р. її загальний бал знизився на -1,0 пункт, що призвело до падіння ще на дві позиції до 46-го місця. Через три роки сприйняття «м’якої сили» України послабшало, а репутація впала на 19 позицій до 95-го місця – нижче 75-го місця Вартість бренду України зросла на 2,4% і становить $101,459 млн. [51].

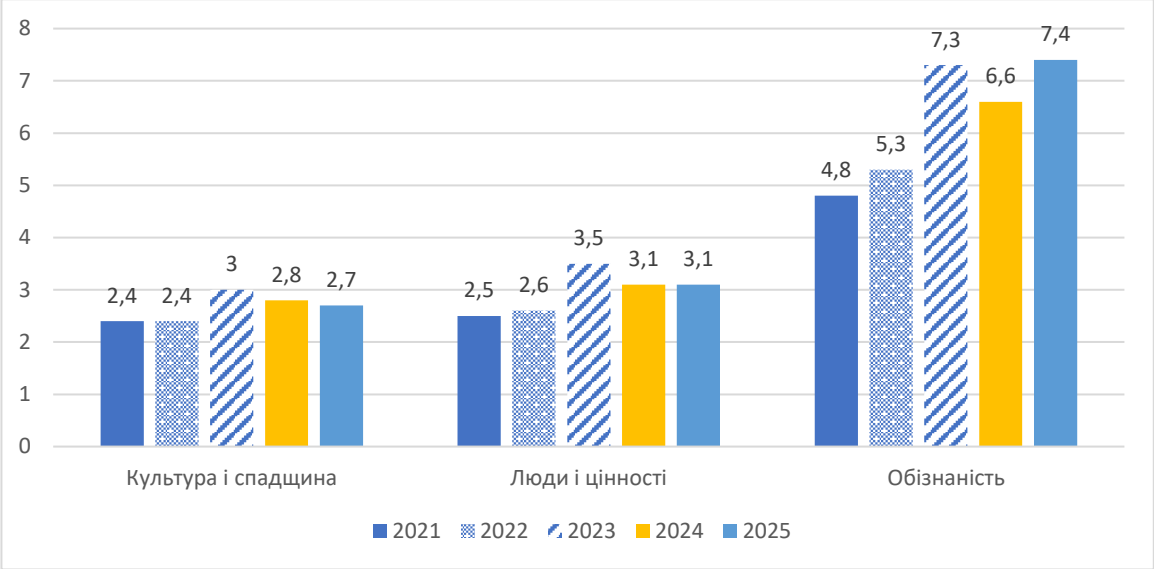

Рис. 2. 1. Оцінки України за деякими компонентами Global Soft Power Index за 2021-2025 роки

Джерело: сформовано автором на основі даних [51].

Щоб будувати міжнародну репутацію країни – недостатньо просто розповідати. на початку повномасштабного вторгнення емоційний ореол формував позитивну репутацію України у світі, однак зараз цього вже недостатньо. За її словами, потрібно формувати цілісне уявлення про Україну не лише через війну, а й через її потенціал у технологіях, спорті, культурі, освіті та сталому розвитку.

Варто зазначити, що після призупинення опитувань у Росії у 2023 та 2024 роках, цього року організатори індексу Global Soft Однак у 2025 році знову включили думку росіян до дослідження, що вплинуло на позиції країн,

Успішним інструментом може бути просвітницька діяльність рамка навчальних курсів, пропонованих провідними університетами США. Як свідчать дані табл.2.1, що більшість курсів, які пропонують кафедри славістики, є мовними (хоча вивчення мови неминуче передбачає знайомство з літературою та культурою відповідної країни чи країн). Очевидно що ці курси були серйозно перекошені в бік російських студій. Після початку повномасштабної війни ситуація дещо покращилася, але не суттєво, помітне

деяке збільшення частки курсів з української мови та літератури (хоча курси з російської досі домінують).

Таблиця 2.1.

Частка «російських» та «українських» курсів з мови, %

	росія				Україна			
	2021/ 2022	2022/ 2023	2023/ 2024	2024/ 2025	2021/ 2022	2022/ 2023	2023/ 2024	2024/ 2025
Гарвард	47	70	-	50	13	13	-	13
Єль	40	68	40	54	24	32	24	25
Принстон	82	80	57	62	0	0	14	23
Стенфорд	58	66	72	68	8	10	16	13
Чикаго	50	44	-	42	0	0	-	10
Корнель	47	38	39	50	18	18	21	18
Рутгерс	81	71	78	80	0	4	0	0
Університет Іллінойса	44	38	36	36	0	15	14	14
Загалом	55	58	54	58	7	10	11	13

Джерело: сформовано автором на основі даних [5].

Курсів з політики та історії загалом небагато. Дослідники відзначають відмінності у трактуваннях. Опис російської агресії проти України як «української кризи» та обговорення «боротьби за Україну» зображує її об’єктом «відносин між Заходом і Росією», що є відображенням російської пропаганди. В курсах з літератури слов’янська література фактично ототожнюється з російською. Курси з історії повторюють російські міфи про приналежність держави Русь до російської історії. Як зауважив чеський письменник Карел Гавлічек ще у 1844 році: «Росіяни люблять називати все російське слов’янським, щоб потім усе слов’янське називати російським» [5].

Серед вітчизняних складових культурної дипломатії найбільш успішним інструментом є музика, яка вже отримала визнання у світі і давно представляє Україну на міжнародних майданчиках. Важливим для України став історичний концерт “Ноти з України” в одному з найбільших концертних залів світу – Карнегі-холі в Нью-Йорку. Захід було приурочено до 100-річчя північноамериканської прем’єри “Щедрика” Миколи Леонтовича. Саме в

Карнегі-холі 1922 року цю композицію вперше виконала Українська республіканська капела [12].

Серед сучасної музики представлено багато напрямків – рок, альтернатива, електро- та метал, а музичних гуртів, що грають якісну музику, стає все більше. Що цікаво, будучи визнані за кордоном, не всі з них користуються популярністю в Україні. Однією з переваг називають застосування в музиці українських етномотивів. Звичайно, співають вони лише українською та англійською мовами.

Особливо відомим є гурт "ДахаБраха", який виступав на найвідоміших фестивалях світу - Glastonbury, Sziget, Helsinki Festival, Med, Mundial, Oslo World Music Festival, Dublin World Music Festival, Fusion, GlobalFEST та багатьох інших по всьому світі. Саме "ДахаБраха" стали єдиними представниками з України у легендарному шоу "Later… " with Jools Holland на BBC, а також були в ефірах радіо KEXP та NPR. А їхня композиція "Шо з-под дуба" стала саундтреком до серіалу "Фарго", який продюсують культові режисери Ітан та Джоел Коени. А згодом англійський футболіст Девід Бекхем використав цю ж композицію для рекламного ролику власного бренду "House 99". Гурт "ДахаБраха" навіть називають послом України в світі. Музиканти виступають у Колумбії, Бразилії, Мексиці, США, Канаді, Китаї, Малайзії, Південній Кореї, Австралії, Новій Зеландії та в більшості країн Європи [35].

ONUKA –ще один український гурт, який підкорив слухачів зарубіжних аудиторій, використовуючи у своїй творчості знову ж таки фольклорні мотиви. ONUKA виступали на фестивалях Sziget та Eurosonic у Нідерландах. Але найбільше захоплення у закордонної аудиторії викликав виступ гурту разом з оркестром НАОНІ на Євробаченні-2017 як запрошений гість. Композиція потрапила у чарти iTunes багатьох європейських країн.

Завдячує Євробаченню популярністю на Заході і українська співачка кримськотатарського походження Джамала, яка згодом підписала угоду з лейблом Universal Music Group. Її платівка отримала популярність, а артистка виступає з концертами в країнах Європи.

Колишні учасники гурту "Гайдамаки" у 2012-му створили успішний музичний проект Kozak System, який став популярним як в Україні, так і за кордоном.

Війна Росії проти України здійснила вплив на українську музику. Дехто почав створювати музику українською, відійшовши від російськомовного репертуару. Деякі музиканти пішли захищати нашу країну. Інші ж відродили до життя старовинні пісні, які отримали новий сенс, або ж поклали відомі вірші на свою музику (як Артем Пивоваров у своєму проєкті “Твої вірші, мої ноти”). Виконавці, що зголосилися захищати країну, по можливості, продовжують свою музичну діяльність. На весь світ відома композиція “Ой у лузі червона калина”, яку виконав Андрій Хливнюк на Софійській площі. А потім разом з Pink Floyd записали цю пісню.

Цікавим є факт, що Україна починаючи з 2003 року бере участь у Євробаченні та є єдиною країною, що за свою історію участі завжди виходила у фінал [35]. І навіть під час революції Гідності та навіть під час повномасштабного вторгнення Україна брала участь у цьому конкурсі. Багато музичних критиків вважають, що українська музика може стати майбутнім світовим трендом.

Відродження і популярність української музики стає початком культурного відродження України та її світового визнання як самостійного (віддільного від росії) культурного явища.

Перемоги Олександра Усика на світовій арені діють як потужний інструмент культурної дипломатії, формуючи позитивний імідж України та привертаючи увагу міжнародної спільноти до війни. Спортсмен використовує свою глобальну платформу для просування українських інтересів та збору коштів на підтримку країни. Кожен бій О.Усика збирає мільйонну аудиторію по всьому світу. Перемога в ринзі сприймається за кордоном як алегорія стійкості всієї України, уособлення української незламності та волі до перемоги [26].

Важливо в процесі діяльності враховувати специфіку культурного простору інших країн, щоб ефективно просувати національні інтереси за кордоном.

Для підтримання міжнародної солідарності Україна мусить презентувати конкурентоспроможний культурний продукт. Важливо, щоб світ асоціював українську культуру не тільки з війною, але й з потужними мистецькими здобутками, актуальними тенденціями та самобутністю, що може зачаровувати аудиторію по всьому світі. Окрім того, варто інтегрувати культурну дипломатію в різні сфери – політику пам’яті, літературу, кіно, історичні дослідження, враховуючи посттоталітарний та постколоніальний контекст. Такий підхід посприяє глибшому осмисленню української історії та культури на міжнародному рівні.

2.2. Вплив культурної дипломатії на зовнішньоекономічну діяльність України

В умовах сучасного глобалізованого світу культурна дипломатія – це один з ефективних та привабливих інструментів, який допомагає державам просувати свої інтереси у міжнародному співтоваристві. Вона використовує мистецтво, літературу, музику, танець, кіно та інші аспекти культури для вибудовування довіри, взаєморозуміння та співпраці між націями, допомагає налагодженню комунікативних та міжнародних зв’язків через обмін культурними цінностями.

Вона дозволяє продемонструвати багатство та різноманітність культурного спадку країни, що сприяє залученню уваги та підвищенню інтересу до неї, особливо в умовах, коли боротьба за імідж та бренд в інформаційному полі стають важливими елементами конкуренції та боротьби за увагу. Також вона допомагає збудувати позитивне сприйняття країни в міжнародному співтоваристві, що впливає на її престиж та авторитет.

Зрештою, розвиваючи культурну дипломатія країна розраховує на розвиток зовнішньоекономічного співробітництва.

Культуру ще можна розглядати як галузь економіки. Дослідження розвитку культури як сектору економіки є порівняно новою сферою економічних досліджень, яка останнім часом досить активно розвивається у світі. Культурні та творчі галузі генерують значну частину доходів країн. Станом на 2019 р. у сфері ККІ зайнято 1% активного населення світу, а найбільшими роботодавцями є образотворче мистецтво (6,73 млн.), книговидавництво (3,67 млн.) та музичне мистецтво (3,98 млн.) [25].

Що стосується попиту на товари та послуги сфери культурних індустрій, то його можна з певними застереженнями охарактеризувати таким показником, як витрати населення на відпочинок та культуру. культурні товари та послуги відрізняються від інших економічних продуктів та послуг тим, що вони охоплюють «художні, естетичні, символічні та духовні цінності» (табл. 2.2). Культура та креативні індустрії впливають на національну економіку.

Таблиця 2.2

Культура та креативні індустрії прямі та непрямі ефекти.

Прямі ефекти	Непрямі ефекти
Зайнятість	ККІ як чинник розвитку пов’язаних галузей (споживачів товарів та послуг сектору ККІ).
Внесок в економіку (валова додана вартість, ВВП тощо).	ККІ як чинник розвитку галузей- постачальників товарів та послуг для сектору ККІ.
Добробут (заробітна плата, інші доходи).	Створення культурно-креативних кластерів може породжувати зовнішню економію на масштабах виробництва.
Платіжний баланс (експорт та імпорт товарів та послуг).	Розвиток ККІ як чинник інвестиційної привабливості відповідної території.
Продуктивність.	ККІ як чинник розвитку людського капіталу, як джерело досвіду управління проектами, формування мереж, тощо.
Підприємництво.	ККІ як чинник посилення міжгалузевих зв’язків та передачі знань.

Джерело: сформовано автором на основі даних [28, 37].

Сьогодні вже переконливо доведено, що сфера ККІ є чинником економічного зростання як на національному, так і на регіональному рівнях.

Розрахунки свідчать про наявність причинно-наслідкового зв'язку між зайнятістю в креативних індустріях (причина) та ВВП на душу населення (наслідок). Для регіонів ЄС коефіцієнт кореляції між ВВП на душу населення та відсотком зайнятих у креативних індустріях становив близько 0.64 [44].

Зовнішня торгівля України у сфері культури охоплює експорт та імпорт креативних послуг, мистецьких товарів і прав інтелектуальної власності (рис.2.2.).

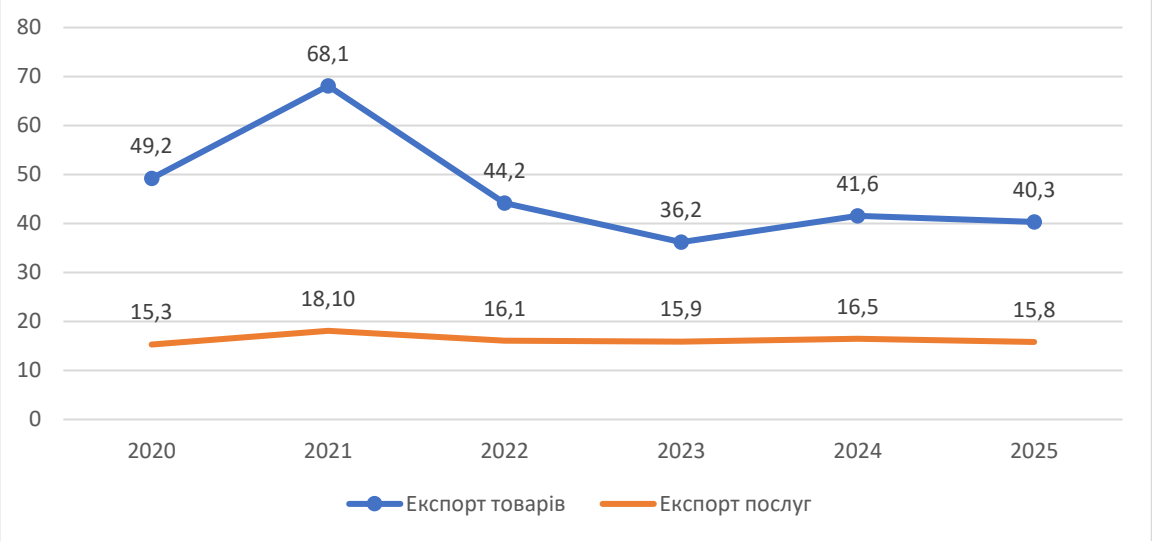

Рис. 2.2. Динаміка експорту товарів та експорту послуг за 2020-2025 рр, млрд. дол. США.

Джерело: сформовано автором на основі даних [25].

Ціла низка чинників, пов'язаних зі сферою культури, не тільки суттєво впливає на величину ВВП регіону, але здатна стимулювати економічний розвиток регіонів, які їх розвивають. Як сектор, розвиток якого базується на нематеріальному капіталі (культура, знання та творчість), культурні та творчі галузі характеризуються високою динамікою та широким колом споживачів. Спроможність генерувати відчутні побічні ефекти робить ці галузі важливим чинником розвитку регіональної економіки. Про важливість сектору культури свідчить той факт, що один з індивідуальних індикаторів, який враховується при розрахунку індексу конкурентоспроможності, а саме «Витрати на НДДКР», також враховує витрати на культуру. В Україні відсоток витрат на культуру не досягає навіть до 1% валового внутрішнього продукту, що є

низьким показником. Сфера культурної спадщини нині перебуває перед величезною загрозою та відчайдушно потребує державної підтримки. У порівнянні з минулим роком, бюджет культурної сфери, якою опікується Мінкульт зріс на 40%, що однак не вирішує проблеми не лише розвитку, але і збереження культурної спадщини [44, 45].

Попри війну, сектор відіграє ключову роль в експорті послуг, де левова частка припадає на творчі IT-розробки, архітектуру, дизайн та маркетинг (рис.2.3).

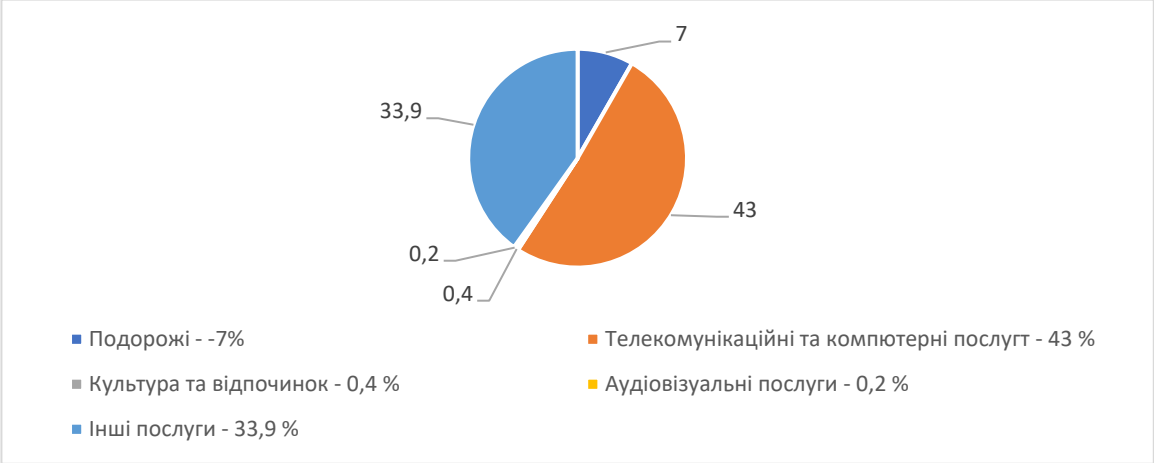

Рис. 2.3. Галузева структура експорту послуг з України за 2025 р., %

Джерело: сформовано автором на основі даних [25].

За період 2025 року український експорт послуг зменшився, порівняно з аналогічним періодом 2024 року, на 7,7%. Найбільший внесок у загальне скорочення обсягів зробили транспортні послуги. Водночас зростання експорту комп'ютерних, професійних та консультаційних послуг з управління, а також особистих подорожей підвищило частку цих видів послуг у загальному обсязі експорту. Комп'ютерні послуги залишаються провідною категорією в експорті послуг України та посилили свої позиції упродовж року. Якщо у 2024 рік обсяг їх експорту становив 6,45 млрд дол. США (37,2% загального експорту), то за 2025 рік їх експорт зріс до 6,65 млрд дол. США, а їхня частка в зросла до 43%. Зростання частки також зафіксовано у категорії особистих подорожей з 5.5% до 6,9%. На жаль, сфери, які мають мають найбільший вплив у сфері культурної дипломатії-

аудіовізуальні послуги, культура та відпочинок займають мізерні частки- 0,2% і 0,4% відповідно (рис. 2.1). Динаміка зовнішньої торгівлі товарами та послугами представлена в табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Динаміка зовнішньої торгівлі товарами та послугами України за 2020–2025 рр., млрд. дол. США

Показник	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Експорт товарів	49,2	68,1	44,2	36,2	41,6	40,3
Імпорт товарів	54,3	72,8	55,3	63,5	70,7	84,7
Зовнішньоторговельний оборот	103,5	140,9	99,5	99,7	112,3	125,0
Сальдо	-5,1	-4,7	-11,1	-27,3	-29,1	-44,4
Експорт послуг	15.3	18.1	16.1	15.9	16.5	15,8
Імпорт послуг	10.1	13.4	24.9	23.2	20.3	23,7
Сальдо	+5,2	+4,7	-8,8	-7,3	-3,8	-7,9
Загальний експорт товарів і послуг	64,5	86,2	60,3	52,1	58,1	56,1
Загальний імпорт товарів і послуг	64,4	86,3	80,2	86,7	91	108,4
Частка послуг в загальному експорті, %	23,7%	21%	26,7%	30,5%	28,3%	28,1%
Частка послуг в загальному імпорті,%	15,6%	15,5%	31%	26,7 %	22,3%	21,8%

Джерело: сформовано автором на основі даних [25].

За даними з таблиці можна зрозуміти, що у 2021 році обсяг експорту послуг досяг найвищого рівня за досліджуваний період. Проте у 2022 році відбулося суттєве зниження показників через вплив воєнних факторів. У наступні роки спостерігається поступове відновлення зовнішньої торгівлі послугами.

Частка експорту послуг є досить значною – 21-30% залишається відносно стабільною впродовж всього досліджуваного періоду. На відміну від товарного експорту, який зазнав суттєвого зменшення через військові дії, експорт послуг продемонстрував відносну стабільність. Серед Напрямків культурного експорту присутні такі позиції як Аудіовізуальний сектор (створення кіно, анімації, дубляжу та рекламних роликів на замовлення іноземних продакшн-студій), дизайн та ІТ-індустрія (розробка інтерактивного

програмного забезпечення, створення відеоігор, графічний та вебдизайн, мода та крафтове виробництво (одягу, аксесуари та унікальні вироби народних промислів), продаж прав на переклади української літератури та друк книг на закордонні ринки.

Серед успішних проектів слід відзначити бренд Sleeper (бренд піжам для міста), який здобув культовий статус у Голлівуді і має торгівельні площі в найбільших універмагах світу (Saks Fifth Avenue, Bergdorf Goodman); Ruslan Baginskiy (виробництво капелюхів), продукцію бренду носять Мадонна, Бейонсе, Тейлор Свіфт та Джіджі Хадід; FROLOV (корсетні вироби) теж створює образи для світових зірок. Львівські бренди «П'яна вишня» і «Львівські круасани» набувають популярності в країнах Європи та ряд інших

Державна підтримка є незначною, хоча стратегія експорту послуг та ініціативи на кшталт економічної політики Зроблено в Україні спрямовані на посилення присутності українського культурного продукту за кордоном. Це особливо важливо з огляду на зниження обсягів традиційного фізичного експорту товарів через логістичні перешкоди та воєнні реалії. У післявоєнний період відбулося вимушене зміщення торговельних потоків у бік європейського простору і часткова втрата інших регіонів (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Географічна структура експорту України за 2020–2025 рр., млрд дол.

Регіон	2020	2021	2022	2023	2024	2025	Відхилення 2025/2020	Відхилення, %
ЄС	18,6	27,0	27,9	22,5	26,5	25,5	6,9	37,1
Азія	20,2	27,5	10,5	8,2	9,0	8,5	-11,7	-57,9
Африка	5,1	6,8	3,5	3,0	3,5	3,2	-1,9	-37,3
Інші країни	5,3	6,8	2,3	2,5	2,6	3,1	-2,2	-41,5
Разом	49,2	68,1	44,2	36,2	41,6	40,3	-8,9	-18,1

Джерело: сформовано автором на основі даних [25].

Основними регіонами, які забезпечують попит на українські послуги, є США, ринок якого формує майже третину всіх надходжень (зокрема, завдяки замовленням на ІТ-послуги) та Європейський Союз, на ринки якого припадає

близько половини загального обсягу експорту послуг (головні ринки – Велика Британія, Німеччина, Польща) (табл 2.5).

Таблиця 2.5.

ТОП-10 країн за показниками експорту послуг за 12 місяців 2025 року

за обсягами експорту комп'ютерних послуг, зміна до 2024 року	з найбільшим абсолютним приростом експорту комп'ютерних послуг до 2024 року
США – 2 392 млн дол. США (–0,2%);	Латвія – +62,1% (16 млн дол. США);
Мальта – 578 млн дол. США (+15,3%)	Фінляндія – +51,6% (24 млн дол. США)
Велика Британія – 557 млн дол. США (–1,5%)	Угорщина – +38,5% (23 млн дол. США)
Кіпр – 480 млн дол. США (+21,7%)	Естонія – +30,3% (216 млн дол. США)
Ізраїль – 264 млн дол. США (–11,1%)	Люксембург – +29,4% (15 млн дол. США)
Швейцарія – 248 млн дол. США (–6,4%)	Гонконг – +28,6% (53 млн дол. США)
Німеччина – 237 млн дол. США (–10,1%)	ОАЕ – +22,3% (169 млн дол. США)
Естонія – 216 млн дол. США (+30,3%)	Іспанія – +22,2% (28 млн дол. США)
Польща – 190 млн дол. США (+14,2%);	Кіпр – +21,7% (480 млн дол. США)
ОАЕ – 169 млн дол. США (+22,3%)	Гібралтар – +16,8% (30 млн дол. США)

Джерело: сформовано автором на основі даних [45].

Однак спостерігається приріст експорту комп'ютерних послуг на нові для України ринки- Фінляндія, Люксембург, Гонконг, ОАЕ. Це свідчить про перспективи розвитку галузі, яка в умовах цифрової економіки має значні можливості виходу на нові ринки. Географія експорту вітчизняних послуг є більш сприятливо. Тим більше, що відновлення втрачених ринків для товарної продукції у короткостроковій перспективі ускладнене, оскільки конкуренти швидко заповнюють вивільнені ніші, це зокрема росія, яка запропонувала нижчі ціни на аграрну продукцію, значна частка якої є вкраденою з України.

Роль культурної дипломатії у встановленні зовнішньоекономічного співробітництва є важливою з огляду на те, що на сьогодні експорт є основним драйвером економічного зростання. Тісний зв'язок між обсягами експорту та розмірами економічного зростання свідчить побудована лінійна регресійна модель (Додаток Б), яка відображає залежність ВРП Уграїни від обсягів експорту товарів та послуг: Інтенсивність зв'язку між змінними, включеними

в модель лінійної регресії, вимірюється коефіцієнтом кореляції, значення якого 0,91, що вказує на наявність між змінними тісного прямого зв’язку.

Культурна дипломатія має значний прямий та опосередкований вплив на експорт України, трансформуючи сприйняття країни від сировинного постачальника до розробника високотехнологічних рішень та унікальних креативних продуктів. Вона діє як інструмент маркетингу національного масштабу, відкриваючи нові ринки збуту. Традиційно Україна залежить від експорту сировини (зернові, олія, метали). Культурна дипломатія стимулює продаж за кордон товарів із високою доданою вартістю.– українського ІТ-продукту, книг, кіно, одягу від вітчизняних дизайнерів та крафтової продукції. Популяризація української кухні та включення борщу до списку ЮНЕСКО відкриває ринки для експорту готових українських продуктів харчування, локальних вин, соусів та кондитерських виробів, замість вивезення лише зернової сировини

Ефект «Made in Ukraine» як знак якості: Просування української культури створює міцні асоціації між країною та її автентичністю, стійкістю й інноваційністю. Це підвищує цінність національного бренду. Іноземний споживач охочіше купує продукцію бренду, з культурою якого він знайомий та якому довіряє. Українського ІТ-продукту, книг, кіно, одягу від вітчизняних дизайнерів та крафтової продукції.

Сучасні культурні заходи за кордоном, все частіше супроводжуються бізнес-форумами. Вони збирають іноземних представників бізнесу та інвесторів, створюючи умови для підписання угод про взаємовигідне співробітництво.

Висновки до розділу

Для підтримання міжнародної солідарності Україна мусить презентувати конкурентоспроможний культурний продукт. Важливо, щоб світ асоціював українську культуру не тільки з війною, але й з потужними

мистецькими здобутками, актуальними тенденціями та самобутністю, що може зачаровувати аудиторію по всьому світі. Окрім того, варто інтегрувати культурну дипломатію в різні сфери – політику пам'яті, літературу, кіно, історичні дослідження, враховуючи посттоталітарний та постколоніальний контекст. Такий підхід посприяє глибшому осмисленню української історії та культури на міжнародному рівні. Важливо в процесі діяльності враховувати специфіку культурного простору інших країн, щоб ефективно просувати національні інтереси за кордоном.

Культурна дипломатія має значний прямий та опосередкований вплив на експорт України, трансформуючи сприйняття країни від сировинного постачальника до розробника високотехнологічних рішень та унікальних креативних продуктів. Вона діє як інструмент маркетингу національного масштабу, відкриваючи нові ринки збуту. Традиційно Україна залежить від експорту сировини (зернові, олія, метали). Культурна дипломатія стимулює продаж за кордон товарів із високою доданою вартістю – українського IT-продукту, книг, кіно, одягу від вітчизняних дизайнерів та крафтової продукції.

РОЗДІЛ 3
ШЛЯХИ ПОСИЛЕННЯ ЗАХОДІВ КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ УКРАЇНИ

3.1. Пріоритети розвитку культурного контенту в Україні з урахуванням реалій російської агресії

В українському науковому дискурсі до 2022 року культурна дипломатія розглядалася переважно як засіб просування національного іміджу за кордоном. Проте повномасштабне вторгнення росії суттєво змінило фокус досліджень. У сучасних міжнародних відносинах культура дедалі частіше розглядається як політичний інструмент, що використовується для впливу на громадську думку, зміцнення національної суб'єктності та просування державних інтересів. Повномасштабне вторгнення для багатьох у світі відкрило Україну як самостійну державу, але одночасно сприйняття країни і подій конфлікту мають наратив російської пропаганди

Одним із перших кроків, який продемонстрував значущість культурної дипломатії у війну, стало звернення Українського інституту до партнерів від 28 лютого 2022 року із закликом припинити співпрацю з росіянами: як наслідок анульовано російські стенди та виступи на музичних фестивалях, кіноподіях і книжкових ярмарках, натомість більше уваги приділялося Україні.

Український дипломатичний корпус вів успішні перемовини з представниками сфери культури щодо виключення російського мистецького продукту з програм заходів, акцентують на неприпустимості організації подій, розрахованих на учасників як з України, так і з росії. Серед них варто згадати Стамбульський міжнародний музичний фестиваль, Канський кінофестиваль, Музей сучасного мистецтва у Кракові, Шеффілдський фестиваль документального кіно, Сараєвський кінофестиваль, Музей Кунстпаласт у Дюссельдорфі, Medienboard Berlin-Brandenburg, Кельнську філармонію,

Королівський театр Ла Монне у Брюсселі, міжнародні художні резиденції й організаторів гастрольних заходів [13, 43].

Так знаковою подією стала появі на 78-го Канського кінофестивалю українських військовослужбовців з підрозділу «Культурні сили» ЗСУ (колишній «Культурний десант»), які стали спеціальними гостями. Вони пройшлися червоною доріжкою разом із фронтменом гурту U2 Боно (Полом Г'юсоном) та голлівудським актором і режисером Шоном Пенном. Поява українських захисників відбулася на запрошення зірок напередодні показу документального фільму. Серед українських військових на заході були: Микола Сєрга – музикант, військовий та засновник «Культурного десанту»; Тарас Столяр – музикант і військовослужбовець. Цей вихід став потужним актом культурної дипломатії**,** який привернув увагу світової спільноти до війни в Україні, стійкості українців та важливості міжнародної підтримки

Сучасні геополітичні конфлікти суттєво впливають на культурну дипломатію, змушуючи держави переглядати свої стратегії. Попри активний розвиток культурної дипломатії України, ця сфера стикається з низкою викликів. Одним із ключових завдань є врахування особливостей культурної політики інших країн, що набуває особливого значення у контексті євроінтеграції України. Також серйозною проблемою залишається сприйняття культури як нейтральної сфери в західних країнах, що іноді сприяє збереженню впливу російської пропаганди.

Дослідники стверджують про прорахунки культурної дипломатії до війни [11]. Можна і зараз говорити про відсутність системної політики культурної дипломатії в Україні до 2022 року., що зробив українську культуру менш видимою на міжнародній арені та вразливою до інформаційних атак. Водночас, повномасштабне вторгнення росії продемонструвало, що культурна дипломатія є не просто інструментом "м'якої сили", а й елементом національної безпеки. Тому тепер першочерговим завданням має просування українського культурного наративу у світі, щоб унеможливити будь-які спроби заперечення української ідентичності.

Світовий інтерес до української культури значно зріс, що створює унікальну можливість для зміцнення міжнародної підтримки України. Важливо налагоджувати сталі зв'язки з міжнародними інституціями, фондами та культурними діячами, що сприятиме розширенню можливостей для українських митців і зміцненню позицій країни у сфері культурної дипломатії. Важливо, щоб світ асоціював українську культуру не лише з війною, а й із потужними мистецькими досягненнями, сучасними трендами та автентичністю, що може захоплювати аудиторію по всьому світу.

Окрім цього, необхідно інтегрувати культурну дипломатію у різні сфери – політику пам'яті, літературу, кінематограф, історичні дослідження, враховуючи посттоталітарний і постколоніальний контекст. Такий підхід сприятиме глибшому розумінню української історії та культури на міжнародному рівні. Для ефективного розвитку культурної дипломатії важливо інвестувати у професійний розвиток діячів культури.

Культурну дипломатію нашої країни наразі потрібно формувати, зважаючи на цілі війни, які агресор ставить перед собою. Серед них основні – "демілітаризація та денацифікація України", а також "остаточне розв'язання українського питання". Ворог заперечує право українців на самовизначення, власну ідентичність, мову та культуру [20]. У резолюції ПАРЄ 2024 року "Протидія стиранню культурної ідентичності під час війни та миру" зазначається, що політика примусової русифікації, до якої російський режим вдається на окупованих українських територіях від 2014 року, є "зброєю війни, яка застосовується, щоб заперечити існування культурної ідентичності України та стерти її історичне коріння, цінності, спадщину, літературу, традиції та мову" [3].

Сторони конфлікту використовують мову, культурну спадщину, мистецьке вираження як зброю. Ця роль набула особливого значення в умовах глобального інформаційного простору, який зробив культуру і політику більш відкритими та залученими у суспільні процеси. Проте цей самий простір отримав більше можливостей для маніпуляцій. В умовах зростаючої

конкуренції за увагу аудиторії стає дедалі складніше чітко визначити унікальну культурну ідентичність та донести її до світу. Це ставить перед такими інституціями, як Український інститут, подвійний виклик: з одного боку, необхідно популяризувати українську культуру, пояснювати її цінність та значення, а з іншого – захищати її від викривлення та інформаційних атак. Рішення полягає у поєднанні різних підходів. При цьому Україна має будувати власну модель культурної дипломатії, засновану на відкритості, співпраці та цінностях демократії.

За підтримки Міністерства культури та стратегічних комунікацій був створений проєкт “Ніколи знову”, де порівнювали події в росії з ситуацією у фашистській Німеччині, а також дії напередодні вторгнення в Україну з діями Гітлера напередодні Другої світової війни. Команда NEVERAGAIN.MEDIA закликала міжнародну спільноту усвідомити: якщо західний світ не діятиме, наступна світова війна неминуча. Ще один проєкт з протидії дезінформації та висвітлення війни “WAW: War against war”, де українські креативники, журналісти, режисери, сценаристи та дизайнери у співпраці з МКСК протидіють російській пропаганді та фейкам, створюючи антидезінформаційний контент [24]. “24 лютого 2025 року у Великому театрі м. Лодзь (Республіка Польща) відбувся благодійний концерт “Contra spem spero”. Захід став потужним символом культурної дипломатії та міжнародної підтримки України у день річниці від початку повномасштабного вторгнення росії” [24].

Успіхом слід вважати зусилля скооординованих дій українських кінематографістів на міжнародних фестивалях, зокрема, роботи команди фільму “20 днів у Маріуполі” на церемонії “Оскара”. На жаль ситуація засвідчила складність процесу культурної дипломатії та необхідність подальших зусиль з боку української сторони [29, 37].

Українська культура несподівано здобула широке представлення та визнання серед закордонних музеїв, театрів, університетів, мистецьких просторів і фестивалів, як у вигляді проєктів, так і через особисті контакти

митців. Варто згадати концерти Українського оркестру свободи в ЄС і США, міжнародні гастролі Київського симфонічного оркестру та Київської опери. Великий успіх мали фільми «Клондайк» М. Ер Горбач, «Памфір» Д. Сухолиткого-Собчука, «Бачення метелика» М. Наконечного на кінофестивалях класу «А». Понад мільйон осіб прослухали лекційний курс «Створення сучасної України» професора Єльського університету Тімоті Снайдера, в якому було розглянуто становлення новітньої України через ключові події європейської історії. Важливо відзначити внесення історичного центру Одеси до Списку об'єктів світової спадщини ЮНЕСКО [6].

Серед міжнародних корпорацій, які надали підтримку українській культурі, варто виділити Google та Netflix. У співпраці між Міністерством культури та інформаційної політики України і Google було створено онлайн-простір української культури «Україна – поруч» у кінці 2022 року. Netflix запровадив український інтерфейс на своїй платформі, доступний користувачам не лише в Україні, а й в усьому світі. Крім того, компанія постійно поповнює каталог фільмів і серіалів, дубльованих українською мовою [10].

Чимало країн-членів ЄС, зокрема Латвія, Німеччина, Фінляндія, Франція та Чехія створили спеціальні фонди та програми для підтримки українських митців, науковців та журналістів. Коаліція культурних організацій висловила заклик включити Європейську культурну угоду для України до Культурної угоди для Європи [38].

На численних установах та історичних пам'ятках з'явився український прапор поруч із національним та європейським. У 2022 році ЮНЕСКО також внесла культуру приготування українського борщу до Списку об'єктів нематеріальної культурної спадщини ЮНЕСКО, які потребують негайної охорони [24]. А відсторонення Росії від участі у «Євробаченні» у лютому 2022 року через повномасштабне вторгнення в Україну додатково продемонструвала загальноєвропейську підтримку. Відтоді країна не бере

участі в пісенному конкурсі та не є членом Європейської мовної спілки (EBU), оскільки добровільно вийшла з неї.

В 2023 року ряд ініціатив було здійснено Національним бюро програми ЄС «Креативна Європа» в Україні. Також представники культурної сфери України отримають гранти для реалізації проєктів у сфері культури [23].

Публікації у міжнародних виданнях, інтерв'ю з українськими митцями та організовані дискусії залишаються важливою частиною протистояння експансії російської культури на Заході. Однак культурна боротьба вже між Україною і росією в культурній сфері має вестись такими ж цивілізованими методами, з чітким усвідомленням того, що це робота на тривалий період. Захід не припинить слухати російських виконавців та ходити на вистави російських постановників лише через те, що росія порушує міжнародне право.

Навіть після повномасштабного вторгнення фільми російських «опозиціонерів» і далі номінують на міжнародних кінофестивалях, а російські актори з'являються у західних стрічках. Відтак, важливо не лише критикувати російську культуру, а й пояснювати її історичний контекст та імперську природу. Наприклад, перед показом російського фільму на фестивалі можливо організувати панель чи дискусію, де експерти пояснюватимуть ширший контекст, особливо, якщо це стрічка на історичну тематику. Створення інформаційних кампаній, документальних фільмів або дискусій з розбором популярних російських творів і викриттям їх імперського підтексту теж матиме позитивний ефект.

Намагання зруйнувати образ росії як «глибоко духовної» держави, який кремль формував десятиліттями – це довгострокова гра. Тут немає універсального або стовідсоткового рецепту, як відлучити Захід від захоплення російською культурою. Проте ми можемо зробити все можливе, щоб у світі із захопленням дивилися на українську культуру.

Варто зауважити, що на відміну від росії, яка протягом останнього десятиліття інтенсивно розбудовувала систему інформаційного впливу у світі (створення таких потужних медіа ресурсів, як Russia Today, діяльність

мультимедійної групи Sputnik, фонду «Русский мир», проекту Russia Beyond the Headlines), розвиток вітчизняного сегменту публічної та культурної дипломатії лишався поза належною увагою з боку держави. Весь цей час інформація про Україну у світі поширювалася переважно її громадянами-ентузіастами або іноземцями-симпатиками. Однак подібних зусиль вочевидь було недостатньо, аби подолати той тривіальний і часто спотворений образ України, що сформувався на міжнародній арені імперською пропагандою.

Важливою подією для УІ стало членство Мережі національних культурних інститутів ЄС (EUNIC). Мережа об'єднує інститути культурної дипломатії країн ЄС та Великої Британії, а також міністерства закордонних справ і міністерства культури. Український інститут став 39 членом об'єднання EUNIC посилює роль культури в міжнародних відносинах і є стратегічним партнером Європейського Союзу. Це ключова мережа культурної дипломатії в Європі та майданчик для спільних ініціатив і обміну досвідом. Географія діяльності EUNIC не обмежується лише Європою: мережа працює у понад 100 країн світу через 136 кластерів [звіт].

3.2. Перспективні напрями розвитку культурної дипломатії України

Перспективи та стратегії розвитку культурної дипломатії в умовах сучасності є ключовим напрямом досліджень у сфері державного управління, оскільки вони визначають можливості та шляхи ефективного використання культурних ресурсів для посилення міжнародного впливу країни та просування її національних інтересів. Інтеграція культурної дипломатії у зовнішню політику держави потребує розробки та впровадження комплексних стратегій, які поєднують як традиційні підходи, так і відповідають на сучасні виклики та можливості.

Протягом багатьох десятиліть існували методи вимірювання успіху чи неуспішності заходів і заходів культурної дипломатії, наприклад, кількість людей, які прийшли на концерт, висвітлення відкриття дороги в ЗМІ, відгуки

глядачів на концерті та коментарі відвідувачів після перегляду фільму. Але підтримка культурної дипломатії з боку тих, хто бере участь у забезпеченні її фінансування – дипломатів, політиків і чиновників казначейства – останнім часом була послаблена через відсутність доказів впливу практики на аудиторію з часом.

Щоб будувати міжнародну репутацію країни – недостатньо просто розповідати. Потрібно знати, як Україну бачать і сприймають у світі, що шукають про нас, які емоції викликає бренд нашої держави, і що впливає на готовність підтримати нас. Саме тому BRAND UKRAINE інвестує в глибоку й системну аналітику. У 2025 році Brand Ukraine підготувала та представила третє видання щорічного аналітичного звіту «Сприйняття України у світі – 2024», присвяченого аналізу змін у глобальному ставленні до України.

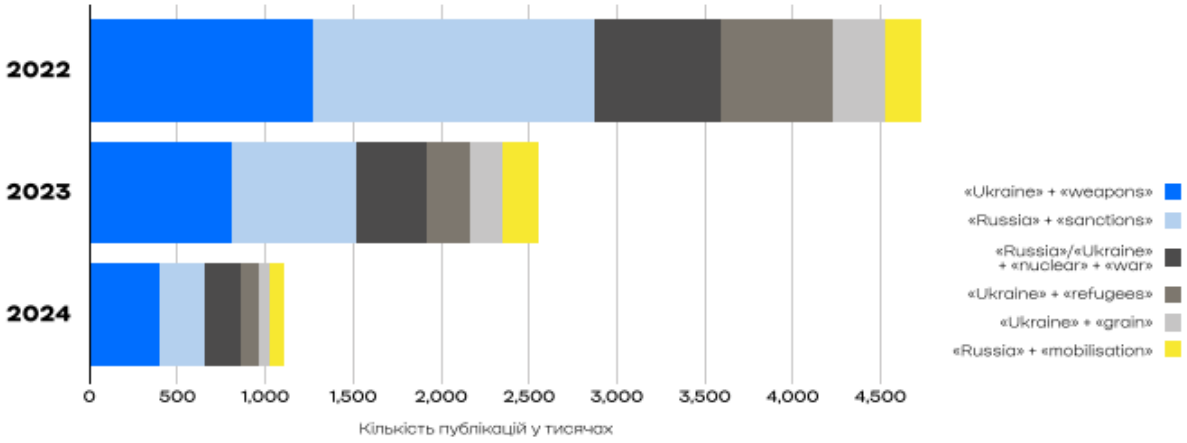

Рис. 3.1. Тренд кількості публікацій, що містять вибрані комбінації ключових слів, пов’язаних із війною Росії проти України, за 2022–2024 роки (у тисячах).

Джерело: Складено автором за [10].

Дослідження зафіксувало подальше ослаблення глобальної уваги до України: кількість публікацій у провідних світових медіа знижувалася третій рік поспіль, а у 2024 році скоротилася у 2,5 рази порівняно з 2023 роком. Одночасно зменшилася частка матеріалів, присвячених міжнародній підтримці та допомозі Україні – з 32% інформаційного поля у 2023 році до

21% у 2024 році. Пошукова активність користувачів Google щодо України наблизилася до довоєнних показників, а інтерес до теми дедалі частіше мав епізодичний характер і був пов’язаний із великими міжнародними подіями. Попри ці тенденції, дослідження підтвердило збереження загалом позитивного ставлення до України з боку громадськості у країнах Європи та Північної Америки.

Серед перспективних напрямів дипломатії вирізняється потреба у просуванні української книги – справа, в якій українські видавці та письменники наполегливо працюють без державної підтримки вже досить тривалий час.

Україна є учасником міжнародних книжкових форумів, де вітчизняні публіцисти та літератори здобувають світове визнання та отримують міжнародні премії. Зокрема, літературну нагороду Центральної Європи «Ангелус» (щорічно вручається за найкращу прозову книгу на гостру сучасну тематику) здобули Юрій Андрухович (2006), Оксана Забужко (2013) та Сергій Жадан (2015).

Для зміцнення позицій держави на світовій арені та збагачення культурної спадщини України конче потрібна спеціалізована програма перекладів. Справа полегшується тим, що діяльність з перекладів вже існують, хоч і недостатні за обсягом. Проблема ще і в тому, що крім перекладів поширеними мовами значний інтерес викликають спроби перекладацької діяльності спільно з колегами Литви, Латвії, Чехії, а також в таких країнах як Швеція, Португалія та Італія. Ще важливим питання є аспект якості перекладів, особливо коли стосується праць літераторів, визнаних у світовому масштабі. При цьому питання виникають навіть до перекладів, здійснених англійською мовою. Так, перекладач творів Т. Шевченка Г. Грабович, звертає увагу на незадовільну якість перекладу більшості його творів англійською мовою, що на його думку, є дискредитацією іміджу народу, для якого поет є духовним провідником [44].

Певний доробок в цьому питанні має здійснити новостворений Інститут Книги, одним із завдань якого є популяризація української літератури та мови у світі (в тому числі перекладацькі проекти). Майбутня діяльність державної інституції відповідає моделі аналогічної структури в Польщі – Instytut Książki державній установі, що з 2004 року займається промоцією польської мови та літератури у світі. Для ефективної діяльності у цьому напрямі українській інституції необхідний певний баланс між незалежністю інституції від численних законодавчих обмежень та громадським контролем за використанням бюджетних коштів, залученням до роботи експертів культурного середовища та узгодженням багатьох інших аспектів недостатньо врегульованої сфери управління культурою.

На сьогодні стало очевидно, що слід не лише брати участь у міжнародних літературних подіях, а організовувати власні. Таких заходів поки що небагато, але вони є. Це: «Книжковий Арсенал» за прикладом Франкфуртського книжкового ярмарку, Форум видавців у Львові, на якому проводяться літературні фестивалі, резиденція для письменників у Чернівцях. Однак представників зарубіжних мистецьких структур там мало.

Важливою складовою успішної промоційної політики засобами літератури могло б бути відзначення преміями іноземних авторів, які у своїх творах розповідають про Україну. Наприклад, зміни в діяльності Комітету з Національної премії України імені Тараса Шевченка (оновлення його складу та процедури відбору претендентів на цю нагороду) варто продовжити внесенням «іноземної» квоти, а саме – долученням номінації «За кращий іноземний літературний твір про сучасну Україну». Цією новацією Україна, по-перше, продемонструє відкритість до міжнародного літературного діалогу, готовність долучитися до його ініціатив і пропонувати власні. По-друге, стимулюватиме інтерес іноземних письменників до України і, відповідно, появу більшої кількості книжок про неї іноземними мовами.

Доцільно запозичити приклад Польщі, у сфері внутрішньої культурної дипломатії («domestic public diplomacy»), яка орієнтована на встановлення

внутрішньополітичної комунікації засобами культури як між регіонами, так і зв'язків регіонів із закордонними партнерами.

Подальшого розвитку вимагають питання національного брендингу. При цьому розвиток мають отримати такі наукові та практичні підходи як культурна економія, маркетинг культури, національний брендинг тощо.

Підтримка України стала предметом внутрішньополітичних дебатів у багатьох країнах. У США, Німеччині та низці інших держав посилюється розкол між прихильниками допомоги та тими, хто ставить її під сумнів, протиставляючи національним економічним інтересам. Це підкреслює необхідність аргументованого пояснення переваг довгострокового партнерства з Україною. Ця тенденція ставить перед Україною виклик будувати дискусію навколо переваг і вигід підтримки України, а не лише моральної необхідності підтримки.

У міжнародному дискурсі змінюється підхід до підтримки України: увага зміщується з безумовного надання допомоги до її ефективності, прозорості та довгострокових результатів.

Цей тренд ставить перед Україною завдання комунікувати міжнародним партнерам, що підтримка – це не лише фінансова допомога, а довгострокова та взаємовигідна інвестиція у глобальну стабільність. Переформатувати комунікацію про допомогу: більше говорити про економічні вигоди для партнерів, розвиток спільних проєктів та інтеграцію України у світові ринки або зміцнення торговельних зв'язків з окремим країнами та регіонами світу.

Змінити тональність обговорень: замість питання стримування агресора через визначення «червоних ліній» дедалі більше уваги приділяється конкретним сценаріям підтримки України, оцінці ризиків продовження чи ескалації воєнних дій. Посилювати геополітичний аргумент, що підтримка України – це питання стабільності не лише Європи, а й глобальної безпеки.

У 2024 році з'явилось ще мало помітне зміщення уваги до інтеграції України у світову економіку. Посилюється інтерес до взаємовигідної торговельної співпраці, інвестиційних можливостей та потенціалу України як

виробничого і логістичного хабу в регіоні. Це шанс для України просувати себе не як суб'єкта глобальних проблем, а як ініціатора рішень у різних сферах, важливих для світу.

Важливо розвивати економічні партнерства з Азією, Латинською Америкою та Африкою, де сприйняття бізнесу та торгівлі з Україною суттєво відрізняється в позитивний бік від відповідного сприйняття на Заході. Якщо в перші роки повномасштабної війни міжнародні медіа активно висвітлювали передусім обстріли українських міст і гуманітарні наслідки військових подій, то у 2024 році стає помітним інший підхід – комплексний аналіз значення ситуацій в стратегічній перспективі. Поступово все більше зосереджуються на геополітичних наслідках війни, довгострокових безпекових ризиках і сценаріях інтеграції України у глобальну систему безпеки. Обстріли українських міст складають лише 10% серед усіх публікацій про Україну, а тема просування армії рф – 4%. Зростає інтерес до економічних аспектів війни, санкційного тиску та перспектив міжнародної торгівлі України. Тому важливо:

– докладати зусиль до представлення України як важливого гравця в новій системі міжнародної безпеки – використовуючи дані про військові інновації та нові взаємовигідні партнерства з країнами в різних регіонах світу, особливо концентруючись на конкретних перевагах такої співпраці для країн-партнерів;

– проактивно використовувати дані впливових аналітичних звітів і міжнародних рейтингів під час розробки цілеспрямованих стратегій посилення конкретних показників України для покращення позицій у важливих світових галузевих індексах, рейтингах і звітах.

Українська проблема – у тяжінні до минулого, хоч ми й маємо достатньо суспільного капіталу в теперішньому. Залежність творчого бізнесу від міжнародної грантової підтримки.

Перспективи подальших досліджень у цій сфері охоплюють декілька напрямів. По-перше, необхідно розробити концепцію довготривалої стратегії

культурної дипломатії України, яка б інтегрувала її у загальну систему зовнішньої політики та національної безпеки. По-друге, важливо дослідити методи впливу культурної дипломатії, які дозволять Україні формувати власний інформаційний простір замість того, щоб лише реагувати на зовнішні загрози. По-третє, варто розглянути можливості цифрової культурної дипломатії, включаючи використання соціальних мереж, віртуальних архівів, мультимедійних платформ та штучного інтелекту для просування української культури

Сьогодні на прикладі успішних держав, які входять до індексу «м'якої сили», серед яких: США, Великобританія, Німеччина, Китай, Японія, Франція, Канада, Швейцарія, Італія, Іспанія, можливо побачити позитивні наслідки використання культурної дипломатії як інструменту формування іміджу держави, яка є силою, яка зближує нації та допомагає будівництву стійкого міжнародного порядку, будуючи простір для ведення мирного діалогу в умовах високої конфліктності світу. Розвиток культурної дипломатії є важливим завданням для країн у сучасному глобалізованому світі.

Висновки до розділу

Дослідження показало, що культурна дипломатія України переживає кардинальні зміни, зумовлені війною, і набуває нових функцій у міжнародному просторі. Від традиційного інструменту "м'якої сили" вона перетворилася на засіб інформаційної боротьби, мобілізації міжнародної підтримки та захисту національної ідентичності. Українські культурні інституції, такі як Український інститут, МЗС, Український культурний фонд та інші, відіграють ключову роль у формуванні позитивного іміджу країни.

Разом із тим дослідження виявило низку проблем, які стримують розвиток культурної дипломатії. По-перше, відсутність єдиної державної стратегії ускладнює координацію між державними та громадськими структурами. По-друге, культурна дипломатія України здебільшого діє у

реактивному режимі, відповідаючи на дії Росії, замість того щоб формувати власний порядок денний. По-третє, недостатнє використання цифрових технологій і слабка присутність української культури у міжнародному інформаційному просторі обмежують її вплив. Крім того, більшість культурних ініціатив мають тимчасовий характер, що не сприяє налагодженню довготривалих партнерств із міжнародними організаціями.

.

ВИСНОВКИ

За підсумками проведеної роботи можливо зробити наступні висновки:

Культурна дипломатія являє собою надзвичайно цінний ресурс, що сприяє встановленню взаєморозуміння та налагодженню ефективної взаємодії між державами, які мають різноманітну культурну спадщину та здобутки. Через культуру, презентуючи власні цінності та спадок, країни будують надзвичайно стійкі зв'язки, що виходять за рамки політичних розбіжностей. Культурна дипломатія відіграє значущу роль у мирному врегулюванні конфліктів, адже вона створює простір для ведення діалогу між різними культурними спільнотами. Взаємодія на культурному полі, у свою чергу, сприяє досягненню миру. Отже, культурна дипломатія є дієвим інструментом "м'якої сили", який стимулює стабільне та надійне міжнародне партнерство.

Сьогодні ключову роль у розвитку культурної дипломатії України відіграють Міністерство закордонних справ та дипломатичні представництва за кордоном. Мережу Культурно-інформаційних центрів при українських посольствах, які сьогодні є альтернативою Українським Інститутам, потрібно не просто реформувати оскільки їх діяльність бюрократизована. також крім це такі установи, як Український інститут національної пам’яті, Український інститут книги, Держкіно та Український культурний фонд. До зміцнення культурної дипломатії активно долучаються органи державної влади, громадські організації, митці, активісти, науковці, журналісти, політики та студенти. Важливий внесок у формування позитивного іміджу України за кордоном робить і українська діаспора.

Для підтримання міжнародної солідарності Україна мусить презентувати конкурентоспроможний культурний продукт. Важливо, щоб світ асоціював українську культуру не тільки з війною, але й з потужними мистецькими здобутками, актуальними тенденціями та самобутністю, що може зачаровувати аудиторію по всьому світі. Окрім того, варто інтегрувати культурну дипломатію в різні сфери – політику пам’яті, літературу, кіно,

історичні дослідження, враховуючи посттоталітарний та постколоніальний контекст. Такий підхід посприяє глибшому осмисленню української історії та культури на міжнародному рівні. Важливо в процесі діяльності враховувати специфіку культурного простору інших країн, щоб ефективно просувати національні інтереси за кордоном.

Культурна дипломатія має значний прямий та опосередкований вплив на експорт України, трансформуючи сприйняття країни від сировинного постачальника до розробника високотехнологічних рішень та унікальних креативних продуктів. Вона діє як інструмент маркетингу національного масштабу, відкриваючи нові ринки збуту. Традиційно Україна залежить від експорту сировини (зернові, олія, метали). Культурна дипломатія стимулює продаж за кордон товарів із високою доданою вартістю.— українського IT-продукту, книг, кіно, одягу від вітчизняних дизайнерів та крафтової продукції.

Разом із тим дослідження виявило низку проблем, які стримують розвиток культурної дипломатії. По-перше, відсутність єдиної державної стратегії ускладнює координацію між державними та громадськими структурами. По-друге, культурна дипломатія України здебільшого діє у реактивному режимі, відповідаючи на дії Росії, замість того щоб формувати власний порядок денний. По-третє, недостатнє використання цифрових технологій і слабка присутність української культури у міжнародному інформаційному просторі обмежують її вплив. Крім того, більшість культурних ініціатив мають тимчасовий характер, що не сприяє налагодженню довготривалих партнерств із міжнародними організаціями.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Білаш К. Український інститут у Південній півкулі: нова географія культурної дипломатії. *LB.ua*. 2024. 12. URL: https://lb.ua/culture/ 2024/07/12/623689 ukrainskiy institut pivdenniy.html

2. Бродовська А. Російське кіно на світових екранах: історія впливу та що з цим робити. *Вокс Україна.* 1 квітня 2025. https://voxukraine.org/rosijske-kino-na-svitovyh-ekranah-istoriya-vplyvu-ta-shho-z-tsym-robyty

3. Власенко В. "Український день" у ПАРЄ: про що йшлося. *Deutsche welle.* 26.06.2024. URL: https://www.dw.com/uk/ukrainskij-den-u-pare-spectribunal-sankcii-protidia-kulturnim-cistkam/a-694855

4. Гололобов С. М. Культурна дипломатія як складова державної політики у сфері культури на сучасному етапі українського державотворення. *Публічне управління та регіональний розвиток:* наук. журн. 2022. № 18. С. 1057-1078.

5. Дерюгіна Т., Городніченко Ю., Сологуб І. Чи змінилися славістичні (російські) курси за три роки від початку повномасштабної війни? *Вокс Україна*. 5 травня 2025. URL: https://voxukraine.org/chy-zminylysya-slavistychni-rosijski-kursy-za-try-roky-vid-pochatku-povnomasshtabnoyi-vijny

6. Дубовик Н., Шило О. Культурна дипломатія як інструмент міжнародної комунікації України. *Молодий вчений.* 2023. 4 (116). С. 72-76. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2023_4_16.

7. Економічна привабливість української культури. Аналітична доповідь. *К.: ФОП Лопатіна О. О.,* 2019. 112 с. URL: http://www.ier.com.ua/files/publications/Special_research/2019_UCF_report_full.pdf

8. Ємельянов В. М., Гололобов С. М. Механізми реалізації культурної дипломатії в сучасних умовах. *Інвестиції : практика та досвід* : наук.-практ. журн. 2024. № 14. лип. С. 192-200. DOI: 10.32702/2306-6814.2024.14.192

9. Звіт про сприйняття України у світі 2024. URL: https://brandukraine.org.ua/uk/analytics/ukraine-global-perception-report-2024/

10. Звіт про сприйняття України у світі 2024. П’ять висновків та що необхідно робити. URL: https://docs.google.com/document/d/1VaLEr4msd8MPeTvvUt4BdmO3-m1PDuzNe0cZPrK3DsI/edit?tab=t.0

11. Костиря, І. О. Культурна дипломатія в контексті світових геостратегій. *Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти*. 2025. № 16. С. 73–83. URL: https://doi.org/10.31866/2616-745X.16.2025.344690

12. Культурна дипломатія: світ аплодує Україні. Укрінформ 11.07.2024. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-culture/3883955-kulturna-diplomatia-svit-aplodue-ukraini.html

13. Кушнарьова М. (2023). Українська культурна дипломатія під час війни: досвід, проблеми, перспективи. Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського. 2023. Вип. 67. С. 35-53. URL:http://irbis-nbuv.gov.ua/everlib/item/er-0004706

14. Магда Є. В. Фактор міжнародного іміджу в гібридній війні. *Історичні і політологічні дослідження.* 2019. № 1 (64). С. 50-55. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Iipd_2019_1_8.

15. Малевич і не тільки: 6 українських митців, котрих росія вважає виключно своїми. URL: https://www.arthuss.com.ua/books-blog/6-ukrayinskykh-myttsiv-kotrykh-rosiya-vvazhaye-vyklyuchno-svoyimy

16. Малюта О. В. Культурна дипломатія як засіб збереження української державності. *Україна: культурна спадщина, національна свідомість, державність*. 2023. Вип. 38. С. 153-170. URL: http://jnas.nbuv.gov.ua/article/UJRN-0001451717

17. Марченко А. Культурна дипломатія: поняття та механізми реалізації. *Економіка та суспільство.* 2024. № 70. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-70-150

18. Матвієнко В., Шинкаренко Т. Культурна дипломатія як напрям зовнішньої політики держави. Культурна дипломатія: навч. посібник / за заг.

ред. І.Б. Матяш, В.М. Матвієнка. Інститут міжнародних відносин КНУ імені Тараса Шевченка. Наукове товариство історії дипломатії та міжнародних відносин. Київ : ДП «ГДІП». 2021. С. 7-20.

19. Мателешко Ю. Особливості, тенденції та перспективи розвитку інституційних та нормативно-правових засад культурної дипломатії України. Геополітика України: історія і сучасність. 2022. № 2 (29). URL: https://doi.org/10.24144/2078-1431.2022.2(29).49-58

20. Мерещук В. Soft power чи потужна зброя: роль культури у війні з Росією? 2024. LB.ua. URL: https://lb.ua/culture/2024/10/23/641023_soft_power_chi_potuzhna_zbroya_rol.htm

21. Михалюк Н. Культурна дипломатія ЄС як інструмент «м'якої сили» в умовах глобальної конкуренції. *Літопис Волині.* 2026. № 34. https://doi.org/10.32782/2305-9389/2026.34.30

22. Мицик Л. М. Культурна дипломатія: навчально-методичний посібник. Ніжин: НДУ ім. М. Гоголя, 2024. 70 с. URL: https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi84/0064347.pdf

23. Міжнародний імідж України: міфи і реалії: аналітична доповідь УЦЕПД. URL: http://www.razumkov.org .ua/ additional/analytical_report_NSD3_ukr.pdf

24. Міністерство культури і стратегічних комунікацій. War Against War. URL: https://war-info.mkip.gov.ua/.

25. Національний банк України. Статистика зовнішнього сектору URL: https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-external

26. Олексюк С. Олександр Усик нокаутував Верховена і захистив звання об'єднаного чемпіона світу з боксу, Суспільне спорт. 2026. 24 травня. URL: https://suspilne.media/sport/1314735-oleksandr-usik-nokautuvav-verhovena-i-zahistiv-zvanna-obednanogo-cempiona-svitu-z-boksu/

27. Парчевска В.В., Паніна І.Г. Дискусія щодо поняття «культурна дипломатія. Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса. 2026. № 18. Том 1. URL: https://jvestnik-sss.donnu.edu.ua› article › view.

28. Пересунько Т. Політика «тиші» Культурна дипломатія України повинна перетворитися на чинник національної безпеки. *День.* Політика. 08.10.2023. URL:https://day.kyiv.ua/blog/polityka/polityka-tyshi.

29. Полюхович А. Як працює культурна дипломатія під час війни? Вокс Україна. 20 грудня. 2024. URL: https://voxukraine.org/yak-pratsyuye-kulturna-dyplomatiya-pid-chas-vijny

30. Полякова Ю. В., Шайда О. Є., Степанов А. В. Культурна дипломатія як інструмент міжнародної комунікації. *Вісник ЛТЕУ*. Економічні науки. 2023. № 71. С. 57-63. URL: https://journals-lute.lviv.ua/index.php/visnyk-econom/article/view/1332

31. Поплавська М. В. Культурна дипломатія: трансформація дефініції поняття в контексті еволюції світової спільноти (1930-ті - початок 2020-х рр.). *Культура і сучасність: альманах.* 2022. № 2. С. 30-35. URL: https://elib.nakkkim.edu.ua/handle/123456789/4697?show=full

32. Річний звіт 2024. URL: https://ui.org.ua/wp-content/uploads/2024/06/annual- report-2024-ukr.pdf

33. Святкування 100-річчя Щедрика. Український інститут. URL: https://ui.org.ua/sectors/projects/celebrating-100- years-of-carol-of-the-bells

34. Стасевська О. А., Маланчук І. І. Культурна дипломатія: симбіоз культурного та правового потенціалу. *Право та інновації*. 2021. № 1. С. 89-95. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apir_2021_1_15

35. Стороженко К. Українська музика під час повномасштабного вторгнення: короткий екскурс. 21 травня 2025. URL: https://drukarnia.com.ua/articles/ukrayinska-muzika-pid-chas-povnomasshtabnogo-vtorgnennya-korotkii-ekskurs-zmtO_

36. Стратегія Українського інституту на 2026–2030 роки. Затверджена від 18 березня 2026 року №101. URL: https://ui.org.ua/wp-content/uploads/2026/05/strategiya-ui-2026-2030.pdf

37. Тихомирова Є. Б. Теоретичні засади культурної дипломатії. Innovative scientific research: Proceedings of the XV International Scientific and

Practical Conference. Toronto. 2025. P. 28-32. URL: https://evnuir.vnu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/05abc3d4-5d73-4148-af03-ab8838ae685f/content

38. Україна посилить культурну співпрацю ще з чотирма країнами ЄС: про що домовилися. 2026. 7 квітня. Сайт Телеканал «Дім». URL: https://kanaldim.tv/ukrayina-posylyt-kulturnu-spivpraczyu-shhe-z-chotyrma-krayinamy-yes-pro-shho-domovylysya/

39. Український Інститут. Міжнародний форум культурної дипломатії 2024. Ukrainian institute. URL: https://ui.org.ua/sectors/projects/international-cultural-diplomacy-forum-2024/.

40. Хоменська І. В. Інституційна компонента публічної дипломатії. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. 2024 Випуск 3 (167). С. 54-61. https://doi.org/10.36818/2071-4653-2024-3-8

41. Хоменська І. Історіографія досліджень у сфері культурної дипломатії. Культурна дипломатія: навч. посібник / за заг. ред. І. Б. Матяш, В. М. Матвієнка. Інститут міжнародних відносин КНУ імені Тараса Шевченка. Наукове товариство історії дипломатії та міжнародних відносин. Київ : ДП «ГДІП». 2021. С. 21-35.

42. Цурканова І. Імідж України в умовах війни та міжнародна політична підтримка. *Науково-теоретичний альманах Грані*. 2023. № 26 (3). С. 87-93. https://doi.org/10.15421/172353

43. Шкурко М. Культурна дипломатія України під час війни. *Україна дипломатична*. 2023. С. 741-749. https://ud.gdip.com.ua/wp-content/uploads/2023/12/72_2023.pdf

44. Штирьов О. М. Культурна дипломатія як інструмент політики держави. *Інвестиції : практика та досвід : наук.-практ. Журн*. 2024. № 4. С. 214–218. https://dspace.chmnu.edu.ua/jspui/handle/123456789/2584

45. Як змінився український експорт послуг за 12 місяців 2025 року. Дія.Бізнес. 11.02.2026. URL: https://business.diia.gov.ua/news/yak-zminyvsia-ukrainskyi-eksport-posluh-za-12-misiatsiv-2025-roku

46. Arndt R. The First Resort of Kings: American Cultural Diplomacy in the Twentieth Century. Washington D.C.: Potomac Books, Ink. 2005.

47. Barghoorn, F.C. The Soviet Cultural Offensive: The Role of Cultural Diplomacy in Soviet Foreign Policy. Princeton: Princeton University Press. 1960. URL: https://archive.org/details/sovietculturalof0000barg_y1m9

48. Cull, Nicholas John. Public diplomacy: Lessons from the past. Vol. 12. Los Angeles: Figueroa Press, 2009.

49. Cummings M.C. Cultural Diplomacy and the United States Government. Washington: Center for Arts and Culture What is Cultural Diplomacy. 2003. 15 p. URL: http://www.cuhu-raldiplomacy.org/index.php?en_cultural diplomacy.

50. Foreign Policy Association. Joseph Nye. On Soft Power.2016. URL: https://www.youtube.com/watch?v=_58v19OtIIg.

51. Global Soft Power Index 2025, https://static.brandirectory.com/reports/brand-finance-soft-power-index-2025-digital.pdf

52. Kim H. Cultural Diplomacy as the Means of Soft Power in an Information Age // https://studylib.net/ doc/8710447/cultural-diplomacy-as-the.

Додатки

Додаток А 1

Окремі економічні показники розвитку України у 2005-2021 рр.

Роки	ВВП, млн. дол. США	Експорт промислових товарних груп, млн. дол. США	Імпорт промислових товарних груп, млн. дол. США
2005	86142	32 184	34 377
2006	107753	36 174	42 220
2007	142719	46 168	57 753
2008	179992	63 188	80 640
2009	117228	37 134	42 477
2010	136419	47 299	56 896
2011	163160	62 383	80 414
2012	175781	64 427	86 273
2013	183310	59 106	81 234
2014	131805	50 552	57 680
2015	90615	35 420	38 875
2016	93270	33 560	40 502
2017	112154	39 701	49 364
2018	130832	43 341	56 055
2019	153781	46 091	60 352
2020	155582	45 583	53 380
2021	199770	63 621	71 838
2022	161990	41 175	56 477
2023	181220	35 115	65 460
2024	190740	39 328	72 320
2025		38 284	89 624

За [25].

Додаток Б

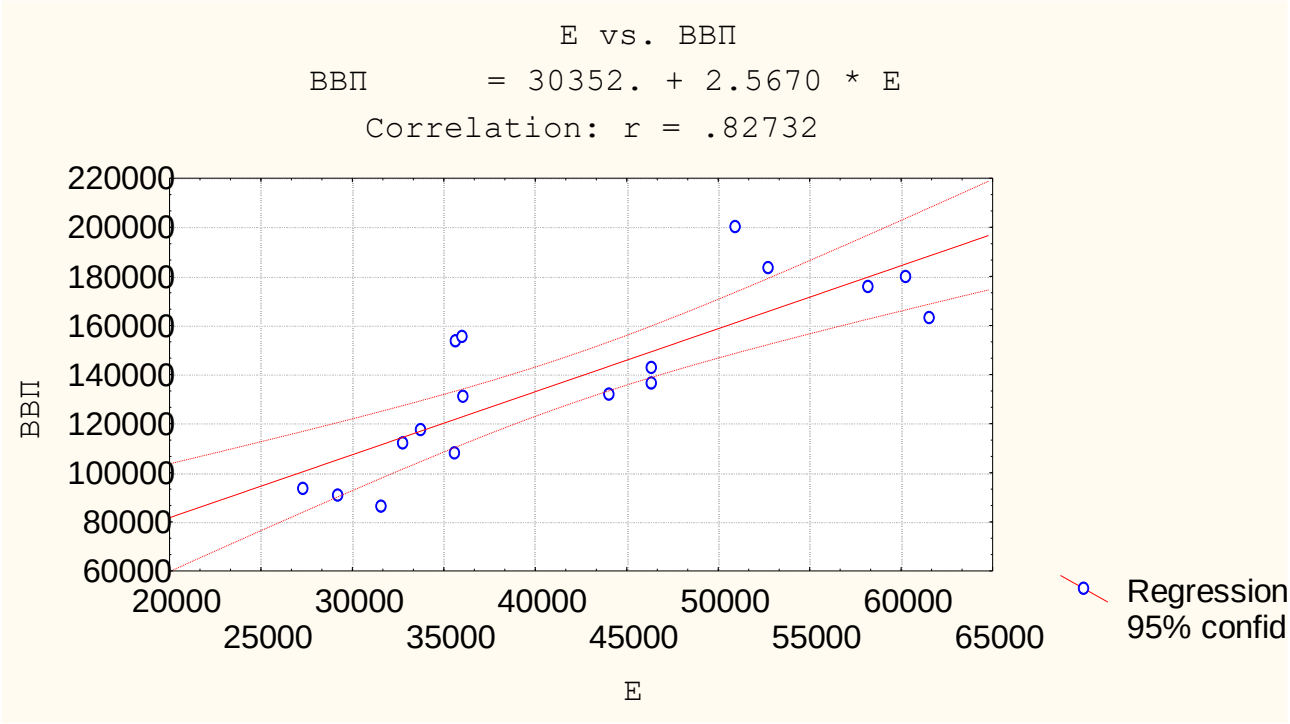

Рис. Б.1. Залежність ВВП України від надходжень від експорту товарів та послуг