

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«КИЄВО-МОГИЛЯНСЬКА АКАДЕМІЯ»**

ФАКУЛЬТЕТ СОЦІАЛЬНИХ НАУК І СОЦІАЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

КАФЕДРА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

освітній рівень – бакалавр

на тему: **«АДАПТАЦІЯ КОМУНІКАЦІЙНИХ КАМПАНІЙ УКРАЇНСЬКИХ
ПОСОЛЬСТВ У ПОЛЬЩІ ТА ЯПОНІЇ ДО ЛОКАЛЬНИХ
МЕДІАСЕРЕДОВИЩ У 2022-2023 РОКАХ»**

Виконала:

студентка 4 року навчання

спеціальності 291 «Міжнародні відносини,
суспільні комунікації та регіональні студії»

Макаренко Ірина Дмитрівна

Керівник

Соловей Галина Сергіївна,

кандидат філософських наук,

доцент кафедри міжнародних відносин

КИЇВ 2025

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОМУНІКАЦІЙНИХ КАМПАНІЙ.....	7
1.1. «Публічна дипломатія», «комунікаційна стратегія», «медіасередовище»: визначення понять.....	7
1.2. Теоретичні рамки дослідження адаптації комунікаційних кампаній українських посольств до медіасередовищ.....	10
1.3. Методологічні підходи до дослідження стратегій комунікації українських посольств.....	15
РОЗДІЛ 2. ДИПЛОМАТИЧНІ ТА КОМУНІКАЦІЙНІ АСПЕКТИ: УКРАЇНА — ПОЛЬЩА, УКРАЇНА — ЯПОНІЯ.....	18
2.1. Історичні та сучасні напрямки дипломатичних відносин України з Польщею та Японією.....	18
2.2. Медіасередовища та особливості комунікацій у Польщі та Японії.....	24
РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ КЕЙСІВ КОМУНІКАЦІЙ УКРАЇНСЬКИХ ПОСОЛЬСТВ У ПОЛЬЩІ ТА ЯПОНІЇ.....	28
3.1. Кейс-стаді: стратегії комунікацій українського посольства в Польщі 2022-2023.....	28
3.2. Кейс-стаді: стратегії комунікацій українського посольства в Японії 2022-2023.....	36
3.3. Порівняльний аналіз ефективності підходів до комунікацій у Польщі та Японії.....	43
ВИСНОВКИ.....	46
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	49
ДОДАТКИ.....	58
АНОТАЦІЯ.....	59

ВСТУП

Актуальність дослідження зумовлена сучасними викликами, з якими стикається Україна у процесі залучення міжнародної підтримки під час російсько-української війни. Публічна дипломатія, зокрема комунікаційні кампанії, відіграють важливу роль у формуванні міжнародної громадської думки, залученні гуманітарної допомоги та підтримці політичних рішень щодо санкцій проти Росії. Адаптація комунікацій до медіасередовищ є вирішальною для досягнення успіху в різних країнах, зокрема в Польщі та Японії, де культурні та медіасередовища суттєво різняться. Дослідження цієї проблеми є важливим для розробки більш ефективних дипломатичних інструментів у майбутньому. Аналіз успіхів і недоліків комунікаційних стратегій українських посольств у цих країнах дозволить не лише зрозуміти специфіку комунікацій, але й створить підґрунтя для вдосконалення публічної дипломатії України в умовах війни.

Проблемою дослідження є відсутність систематичного підходу до оцінки та аналізу комунікаційної діяльності українських посольств у різних країнах, зокрема в Польщі та Японії, що загрожує виникненню криз у дипломатичній співпраці. Культурні, політичні та медіасередовища держав суттєво різняться, що ускладнює адаптацію комунікаційних кампаній до місцевих умов. У зв'язку з цим, стратегічне планування дипломатичних зусиль часто стає неузгодженим, що може створювати перепони у формуванні ефективних комунікаційних кампаній, спрямованих на досягнення зовнішньополітичних цілей.

Мета: виокремити успіхи та провали комунікаційних стратегій українських посольств у Польщі та Японії задля надання практичних рекомендацій щодо вдосконалення публічної дипломатії України у майбутньому.

Завдання:

- Виокремити ключові поняття у контексті публічної дипломатії з метою формування категорійно-понятійного апарату дослідження;
- Обґрунтувати теоретичні засади дослідження адаптації комунікаційних кампаній українських посольств до медіасередовищ досліджуваних країн;
- З'ясувати методологічні підходи до дослідження стратегій комунікації українських посольств;
- Описати історичні та сучасні напрямки дипломатичних відносин України з Польщею та Японією для розуміння політичного контексту реалізації комунікаційних кампаній;
- Схарактеризувати медіасередовища та особливості комунікацій у Польщі та Японії задля визначення умов ефективної адаптації комунікаційних кампаній;
- Здійснити порівняльний аналіз комунікаційних стратегій українських посольств у Польщі та Японії 2022-2023.

Дослідницьке питання: як українські посольства адаптували комунікаційні кампанії до медіасередовищ Польщі та Японії для досягнення зовнішньополітичних цілей?

Об'єктом дослідження є комунікаційні кампанії українських посольств у Польщі та Японії, імplementовані в період 2022-2023 років задля залучення міжнародної підтримки України.

Предметом дослідження є адаптація комунікаційних стратегій українських посольств до медіасередовищ Польщі та Японії у контексті російсько-української війни та їхні результати в досягненні дипломатичних цілей.

Методологія дослідження зумовлена завданнями дослідження. Серед загальнонаукових методів, які були використані: аналіз та синтез, індукції та дедукції, історичний метод, порівняльний метод, структурно-функціональний метод. Групу спеціальних методів дослідження складають: контент-аналіз та кейс-стаді офіційних заяв, дописів у соціальних мережах та публікацій, що поширювались МЗС та посольствами, а також порівняльний аналіз комунікаційних кампаній українських посольств у досліджуваних країнах.

Опис використаної літератури та джерел. Теоретичну базу дослідження склали наукові напрацювання дослідників у сфері комунікацій та міжнародних відносин. У працях Висоцького (2020), Коника (2016), Павлюха, Кушнея (2022) та Кукальця (2020) розглядаються основні теоретичні підходи до публічної дипломатії. Кубко (2022) та Сендецький (2023) досліджували культурну дипломатію як невіддільну частину стратегічних комунікацій України. Праці Загірного (2021), Бродзінської-Міровської, Войтковського (2017), Стрьомбека та Ессера (2014) присвячені аналізу того як медіа впливають на політичні процеси та змінюють підходи до комунікацій з громадськістю.

Для дослідження адаптації комунікаційних кампаній українських посольств у Польщі та Японії було використано широкий спектр джерел, серед яких офіційні документи Міністерства закордонних справ України, заяви, брифінги та виступи українських послів, публікації на офіційних сторінках посольств та їхніх очільників у Facebook та Twitter (X), інтерв'ю українських послів локальним та українським медіа. Така джерельна база дозволила відібрати реальні комунікаційні кейси посольств України в Польщі та Японії у 2022-2023 роках, а також забезпечила можливість проведення аналізу медіасередовищ обох країн за досліджуваний період, що мали безпосередній вплив на ефективність комунікаційних рішень.

Новизну дослідження становить емпірична перевірка гіпотези щодо зв'язку між адаптацією стратегічних комунікацій українських дипломатичних представництв до медіасередовищ та їхньою ефективністю. Хоча література надає

широке розуміння окремих аспектів медіатизації політики, більшість досліджень не охоплюють вплив цифрових технологій на публічну дипломатію та трансформацію традиційної моделі дипломатії під впливом технологій. Аналіз вперше пропонує порівняльний аналіз адаптації комунікаційних стратегій українських посольств до медіасередовищ інших країн.

Структура дослідження: робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаної літератури. Перший, другий та третій розділи містять три, два та три підрозділи відповідно.

Перший розділ надає теоретичне обґрунтування теми дослідження, зокрема розкриває ключові поняття, теоретичні рамки дослідження та методологічні підходи до дослідження стратегій комунікації українських посольств.

Другий розділ зосереджений на огляді дипломатичних відносин України з Польщею та Японією, розкриваючи особливості медіасередовищ досліджуваних держав.

Третій розділ містить контент-аналіз комунікаційних кампаній українських посольств у Польщі та Японії у 2022-2023 роках, а також порівняння підходів до комунікації у двох досліджуваних державах.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОМУНІКАЦІЙНИХ КАМПАНІЙ

1.1. «Публічна дипломатія», «комунікаційна стратегія», «медіасередовище»: визначення понять

Міжнародні комунікації відіграють важливу роль у формуванні та підтримці репутацій держав на світовій арені. Вони забезпечують обмін інформацією між країнами, культурами та націями, доносячи до світової спільноти позицію держави щодо ключових міжнародних питань, її зовнішньополітичну діяльність, а також успіхи в економіці, науці та культурі. Завдяки міжнародним комунікаціям країни обмінюються ідеями, цінностями, інформацією та символами, спрямованими на покращення взаєморозуміння, зменшення конфліктів та налагодження продуктивного діалогу. Міжнародні комунікації допомагають привернути увагу до важливих проблем, стимулюючи громадський інтерес та дискусії.

Однією з ключових категорій у контексті міжнародних комунікацій є *публічна дипломатія*, яку українські науковці визначають так:

- сукупність технологій та інструментів зовнішньої політики, що використовуються в рамках діяльності різних політичних інституцій і суб'єктів для реалізації дипломатичної стратегії країни через вплив на населення інших держав, з метою впливу на їхні політичні процеси та рішення (Висоцький, 2020).
- діяльність як урядових структур (держави, державних установ, дипломатів), так і неурядових суб'єктів (неурядових організацій, транснаціональних корпорацій, окремих осіб), спрямована на комунікативний вплив на закордонну аудиторію з метою реалізації своїх зовнішньополітичних інтересів (Павлюх & Кушней, 2022).
- інструмент м'якої сили, метою якого є інформування міжнародної спільноти через різні сфери, такі як освіта, культура, мистецтво, мода, а також підтримка зв'язків з іншими країнами для створення позитивного іміджу держави та просування її культурних, економічних і політичних цінностей (Кубко, 2022).

Британський дослідник Марк Леонард характеризує публічну дипломатію як процес налагодження відносин з іншими країнами для кращого розуміння їхніх потреб, культур і народів, а також для того, щоб донести власну позицію і віднайти спільні інтереси для співпраці (Leonard et al., 2002).

За Стратегією публічної дипломатії Міністерства закордонних справ України на 2021–2025 роки, публічна дипломатія – це набір заходів, які дозволяють державі взаємодіяти з громадськістю інших країн і впливати на формування їхньої суспільної думки з метою просування національних інтересів та реалізації зовнішньополітичних завдань (Стратегія публічної дипломатії).

В умовах війни головне завдання публічної дипломатії — закріпити позиціонування України як непохитної держави з вольовою нацією, донести до міжнародної аудиторії сильні якості українського суспільства та відшукати партнерів у боротьбі з агресором. Важливим є те, що публічна дипломатія не обмежується традиційними методами дипломатії, а й містить також культурні та освітні елементи, які мають потужний вплив на формування іміджу країни та її позиції у світі.

На основі вищенаведених даних можна визначити публічну дипломатію як процес побудови відносин і комунікації з іншими країнами та міжнародною громадськістю з метою донесення власної позиції, пошуку спільних інтересів та формування позитивного іміджу держави, а також просування національних інтересів і реалізації зовнішньополітичних цілей через культурні, освітні та медійні інструменти.

Сучасний розвиток світового порядку підтримується інформацією та комунікацією, що веде до необхідності формування *комунікаційних стратегій*, метою яких є вплив на зміну поведінки або поглядів інших учасників на рівні взаємодії, використовуючи спілкування як інструмент соціального управління (Шуляк, 2019).

Комунікаційні стратегії формуються за певними принципами, серед яких можна виділити ініціативність, довіру, взаєморозуміння, діалог, всепроникність, координацію, орієнтованість на результат, швидкість реагування на зміни та

стабільність. Така стратегія включає визначення цілей і завдань, вибір напрямків діяльності, аналіз поточної ситуації та інструментів впливу.

Згідно з думкою Д. Коника (2016), комунікаційна діяльність повинна бути систематизованою, продуманою та орієнтованою на досягнення довгострокових стратегічних цілей. Необхідно розуміти, що сама по собі комунікація без конкретної мети не має сенсу, а всі її методи й засоби (заходи, пресрелізи, інформаційні матеріали тощо) є лише інструментами для досягнення основних стратегічних цілей.

Д. Коник визначає **комунікаційну кампанію** як сукупність заходів, які об'єднані спільною стратегічною метою та реалізуються протягом певного періоду. Масштаб кампанії може бути різним: вона може охоплювати всю країну або бути спрямованою на конкретну групу людей. Це залежить від цілей і завдань, які ставлять перед собою її організатори (Коник, 2016).

Варто зазначити, що комунікаційна кампанія повинна не тільки інформувати, але й мотивувати цільову аудиторію до конкретних дій. Хоча всі кампанії мають елемент просвіти, важливо, щоб навчання відбувалося через практичне впровадження нових практик, а не просто шляхом пасивного сприйняття інформації. Інформація, яка не сприяє активним діям, не є ефективною. Як приклад, у багатьох країнах, у тому числі в Україні, проводилися масштабні кампанії з боротьби з ВІЛ/СНІДом, які підвищили обізнаність про способи передачі вірусу і профілактику. Проте ця інформованість не призвела до значного зменшення поширення вірусу (Коник, 2016).

Отже, комунікаційна кампанія є конкретним набором дій, спрямованих на досягнення визначених цілей у межах комунікаційної стратегії. Вона включає розробку та поширення інформаційних матеріалів, організацію заходів, взаємодію з медіа та іншими зацікавленими сторонами. Комунікаційна кампанія зазвичай має обмежений часовий проміжок та конкретні вимірювані результати, що дозволяє оцінити її ефективність.

Комунікаційна стратегія у міжнародних відносинах є комплексним планом, спрямованим на досягнення визначених цілей через ефективне використання

комунікаційних каналів та інструментів. Вона включає аналіз цільових аудиторій, формулювання ключових повідомлень, вибір відповідних каналів комунікації та встановлення механізмів оцінки результативності. Основна мета такої стратегії — забезпечити узгодженість і цілісність комунікаційних зусиль для реалізації зовнішньополітичних та інших стратегічних завдань держави.

У тісному зв'язку з вищевикладеними поняттями у контексті міжнародних комунікацій важливо розглянути таке поняття як *медіасередовище*. Термін вперше було застосовано американськими дослідниками Робертом Г. Стенлі та Чарльзом С. Штейнбергом 1976 року в їхній книзі «The Media Environment: Mass Communications in American Society». У ній автори розглядають медіасередовище як сукупність комунікаційних засобів масової інформації, які формують загальне інформаційне поле суспільства – складну систему знаків, які накладають на суспільство певні способи мислення та почуття (Stanley & Steinberg, 1976).

Саме в такому середовищі формуються інструменти сучасного впливу — від «soft power» до стратегічних наративів публічної дипломатії. Відтак, воно відіграє роль певної комунікаційної та когнітивної «інфраструктури».

У цілому, комунікаційні стратегії та кампанії є важливими інструментами для формування іміджу держави, впливу на думку міжнародної спільноти, а також досягнення дипломатичних цілей. Вони будують довіру, зміцнюють партнерські відносини та сприяють ефективному реагуванню на глобальні виклики.

1.2. Теоретичні рамки дослідження адаптації комунікаційних кампаній українських посольств до медіасередовищ

Адаптація комунікаційних стратегій вимагає глибокого розуміння теоретичних аспектів комунікації та міжнародних відносин, які допоможуть сформувати стійке розуміння механізмів комунікаційних процесів та впливу на них медіа. Для дослідження процесу адаптації комунікаційних кампаній українських посольств у Польщі та Японії ми звернемося до кількох теоретичних концепцій, які зможуть надати цінні інструменти для подальшого аналізу.

Конструктивістська парадигма є важливою теоретичною основою для аналізу міжнародних комунікацій. Конструктивізм характеризується акцентом на соціальних, інтерсуб'єктивних елементах світової політики, що кидає виклик реалістичному погляду на раціональність акторів міжнародних відносин, існуванню матеріальних обмежень, та ліберальному підходу, що наголошує на інституційних обмеженнях (Dormer, 2018). У межах теорії конструктивізму реальність у міжнародних відносинах конструюється соціально через взаємодію суспільства та його агентів.

Конструктивізм у міжнародних відносинах підкреслює роль ідей, норм і наративів у формуванні міжнародної політики, виходячи за межі матеріального світу. Наприклад, провідний представник конструктивізму Александр Вендт не погоджувався з уявленням про те, що структури людських асоціацій сконструйовані виключно матеріальними явищами, як це визначалося теоріями неореалізму та неолібералізму (Mengshu, 2020).

Іншим центральним питанням конструктивізму є ідентичності та інтереси. Згідно з конструктивістською парадигмою, ідентичності та інтереси акторів сконструйовані спільними ідеями, а не є даними природою. Суб'єкти міжнародної системи визначають свої інтереси й поведінку на основі соціальних норм, цінностей і спільно прийнятих уявлень. Конструктивісти стверджують, що держави можуть мати кілька ідентичностей, які соціально сконструйовані у результаті взаємодії з іншими акторами. Ідентичності — це репрезентація ролі, яку актор прагне виконувати на міжнародній арені, зважаючи на власні інтереси. Водночас у рамках конструктивістського підходу дії держави мають бути узгоджені з її ідентичністю та не можуть суперечити одне одному (Theys, 2018).

На думку конструктивістів, актори та структура взаємоконструйовані. Структура міжнародної системи є структурою спільних ідей, оскільки різні ідеї викликають різні інтереси та дії. Отже, ідентичність не є фіксованою, скоріше, вона генерується через взаємодію міжнародної спільноти (Mengshu, 2020). Ідентичність та переконання суттєво впливають на формування міжнародних відносин.

Наприклад, держави можуть розвивати відносини між собою, залежно від того, як вони одна одну сприймають: як партнерів, суперників чи загрози.

На сучасному етапі розвитку міжнародної системи швидкі структурні зміни висунули додаткові вимоги до національних держав і зумовили необхідність нового мислення щодо цілей і засобів зовнішньої політики (Chaturvedi, 2017). У глобалізованому світі створення позитивного іміджу стало ключовим завданням для держав, аби отримувати прихильність світової громадськості або змінювати наявне вороже ставлення до своїх внутрішніх чи міжнародних програм і політики. У цьому контексті «м'яка сила» стає важливим інструментом, за допомогою якого країни можуть посилювати свій вплив у міжнародній політиці.

Вперше у науковий дискурс термін «м'яка сила» увів Джозеф Най у 1991 році у своїй праці «Bound to Lead: The Changing Nature of American Power». Він вважає «м'яку силу» другим обличчям влади та визначає її як здатність досягати бажаних результатів завдяки привабливості, симпатії та добровільній участі, а не через примус чи підкуп. Основу м'якої сили складають культурні елементи, політичні цінності, соціальна структура, ідеологія та зовнішня політика держави. Водночас Най визнає значення військової сили для підтримки м'якої сили, і пропонує концепцію «розумної сили», що об'єднує м'які та жорсткі підходи (Nye, 2017).

Джозеф Най зробив значний внесок у вивчення публічної дипломатії, визначивши її як важливий інструмент зміцнення «м'якої сили» держави. Він підкреслює, що публічна дипломатія спрямована на встановлення тривалих взаємовідносин з міжнародною спільнотою, обов'язковою умовою якої є активна комунікація та співпраця (Nye, 2004).

Поряд із цим, «м'яка сила» характеризується певними обмеженнями. Зокрема, привабливість країни не є рівнозначною її фактичній силі, оскільки існує незалежно від неї, що означає, що застосування «м'якої сили» не завжди призводить до конкретних політичних результатів. Крім того, ефективність «м'якої сили» значною мірою залежить від культурного середовища та контексту. Наприклад, у ситуаціях, коли культурні цінності подібні, дія «м'якої сили» стає більш дієвою. У

демократичних країнах її вплив, як правило, сильніший, ніж в авторитарних (Кукалець, 2020).

Водночас прослідкувати ефективність «м'якої сили» доволі складно, оскільки вона часто не призводить до конкретної поведінки, а діє на більш загальному рівні. Для успішного застосування «м'якої сили» та публічної дипломатії важливо враховувати певні критерії, що визначають переваги країни. По-перше, культура та ідеї держави, яка застосовує «м'яку силу», повинні відповідати загальноприйнятим міжнародним нормам. По-друге, важливою є наявність різноманітних каналів комунікації, які дозволяють здійснювати вплив на формування медійного порядку денного. По-третє, країна повинна мати високий рівень довіри до своєї внутрішньої та зовнішньої політики, що сприятиме зміцненню її впливу на міжнародній арені (Кукалець, 2020).

Зв'язок між конструктивізмом та концепцією «м'якої сили» підкреслює теоретичну основу для розуміння ефективності комунікаційного впливу на цільову аудиторію. Відповідно до конструктивістського підходу, зміна сприйняття інших держав щодо власної країни може мати значний вплив на їхню поведінку та на міжнародні відносини загалом. Шляхом здійснення впливу на уявлення, ідентичності та спільні цінності можна досягати змін у міждержавних взаємодіях, що підтверджує важливість «м'якої сили» як інструменту публічної дипломатії. Розуміння цих механізмів дозволяє державам не тільки оптимізувати свої стратегії комунікації, а й забезпечити стійкий розвиток усієї міжнародної спільноти, де важливою є не лише військова, але й культурна та соціальна сили впливу.

Ще одним підходом до аналізу комунікацій є модель комунікаційного процесу Гарольда Лассвела, яка була розроблена професором Єльського університету у 1948 році. За словами Бергера (2018), модель комунікаційного процесу Лассвела вважається однією з найвпливовіших комунікаційних моделей і була розроблена спеціально для вивчення медіапропаганди країн. Аналіз масової комунікації, відповідно до моделі, можна проводити за допомогою п'яти запитань:

- 1) *хто?* (відправник);
- 2) *що каже?* (повідомлення);

- 3) який засіб передачі інформації? (канал);
- 4) кому? (одержувач);
- 5) який зворотний зв'язок? (ефект) (Kusumalatha, 2023).

Ця модель — комплексна, адже дає можливість визначити не лише учасників, але й результати комунікаційного процесу.

Модель Ласвелла — це лінійна модель комунікації (передбачає односторонню передачу інформації від відправника до одержувача), яка є інтерпретацією оригінальної моделі Шеннона та Вівера. Згідно з нею, комунікація визначається як передача повідомлень, а спілкування як процес, за допомогою якого особа впливає на поведінку або менталітет іншого індивіда (Abazari, 2017).

Сильні сторони комунікаційної моделі Ласвелла полягають у тому, що вона вважається простою, може бути реалізована в широкому діапазоні комунікаційних процесів, а також має доведену ефективність. Натомість одним із недоліків моделі є ігнорування шуму в комунікації (Alston, 2017). Окрім цього, слабкістю методу є фокус на особистості та її індивідуальній поведінці, що не враховує решту соціальних факторів.

Зважаючи на важливе значення специфіки медіасередовища для проведення комунікаційних кампаній українськими посольствами, здатність інтегрувати власні інформаційні повідомлення до локального контексту має вирішальне значення. У цьому контексті варто звернутися до теорії медіатизації політики, яка досліджує вплив медіа на взаємодії між державами та політичні процеси.

Протягом останніх кількох десятиліть світ став свідком подвійної демократичної трансформації. Парадокс полягає в тому, що глобальна тенденція до збільшення кількості виборчих демократій відбулася приблизно в той самий час, що й тенденція в багатьох усталених демократіях до збільшення розриву між очікуваннями та вимогами до політичних інституцій (Kriesi et al., 2013).

Одним із ключових понять у розумінні ролі медіа в трансформації усталених демократій є медіатизація, яку також описують як метапроцес на рівні з іншими трансформаційними процесами соціальних змін, такими як глобалізація та індивідуалізація. Термін «медіатизація» стосується процесу соціальних змін, у ході

якого медіа стають все більш впливовими та глибше інтегруються в різні сфери суспільства (Strömbäck & Esser, 2014). У рамках теорії медіатизації визначають чотири сфери, де можна визначити найбільш помітні зміни, спричинені цим процесом: 1) зміст, 2) актори, 3) організація й процеси та 4) аудиторія політичної комунікації (Brodzińska-Mirowska & Wojtkowski, 2017).

У рамках медіатизації демократичного транзиту інструменти політичного впливу використовуються для того, щоб маніпулювати громадською думкою, а також управляти медіапростором з метою недопущення збільшення кількості медіа (Загірний, 2021). Демократичні країни мають інституціональні запобіжники для цього процесу, які натомість відсутні у країнах, що здійснюють демократичний транзит, що значно підвищує ризики зловживань у вигляді маніпулювання громадською думкою з боку уряду чи власників медіахолдингів.

Кожна з представлених теорій вносить важливий внесок у розуміння того, як дипломатичні комунікації повинні адаптуватися до специфічних культурних, політичних, соціальних та медіаконтекстів різних країн, що дозволить більш точно прогнозувати ефективність комунікаційної стратегії.

1.3. Методологічні підходи до дослідження стратегій комунікації українських посольств

Методологічні підходи до дослідження стратегій комунікацій українських посольств ґрунтуються на поєднанні якісних та кількісних методів, що дозволяють комплексно проаналізувати, як українські дипломатичні представництва адаптують свої комунікаційні стратегії до медіасередовищ Польщі та Японії, зокрема застосовується контент-аналіз, аналіз каналів комунікації, аналіз взаємодії з медіа, оцінка реакції аудиторії, порівняльний аналіз і кейс-стаді.

Контент-аналіз дозволив системно дослідити інформаційні повідомлення, поширені українськими посольствами через різні канали комунікації. Наприклад, він був використаний для аналізу публікацій на вебсайтах українських посольств у Польщі та Японії, офіційних сторінок у соціальних мережах очільників

дипломатичних представництв, виступів та інтерв'ю українських послів у локальних медіа. Метою аналізу було виявлення ключових повідомлень, символів та образів, які використовувалися посольствами для досягнення комунікаційних цілей.

Для детального дослідження комунікаційних кампаній, проведених українськими посольствами у Польщі та Японії протягом 2022–2023 років було застосовано метод *кейс-стаді*. Вибір цього методу обумовлений його здатністю забезпечити поглиблене розуміння специфічних контекстів і практик комунікації, адаптованих до локальних медіасередовищ та культурних особливостей обох країн. У рамках кейс-стаді було ретельно проаналізовано кампанії, що стосуються підтримки України, культурного обміну та дипломатичних ініціатив.

Вибір цього методу обґрунтований працею М. Яковлєва, який вказує на ефективність використання кейс-стаді в політичних дослідженнях для аналізу конкретних явищ у міжнародних відносинах. М. Яковлєв (2011) пропонує чотири напрямки для застосування методу кейс-стаді: теоретико-емпіричний, емпірико-аналітичний, теоретико-інтерпретативний та емпірико-інтерпретативний. У цьому дослідженні застосовано теоретико-емпіричний напрямок кейс-стаді, який передбачає розгляд суспільно-політичних процесів та явищ крізь призму теоретичних парадигм на основі зібраних емпіричних даних.

У межах дослідження використано порівняльний підхід «найменш подібних систем» (Most Different Systems Design, MDSD), запропонований Арендом Лійпхартом у статті «Comparative Politics and the Comparative Method» (Lijphart, 1971). Цей підхід полягає в аналізі кейсів, які істотно відрізняються за широким спектром характеристик — культурних, політичних, соціальних, економічних — але демонструють спільні риси або тенденції у конкретній досліджуваній сфері. Такий метод дозволяє виявити закономірності, зокрема ключові адаптаційні механізми, а також краще зрозуміти вплив медіасередовища на результати комунікацій.

Як для польського, так і для японського кейс-стаді було застосовано додаткові методи, що доповнили основний аналіз. Зокрема, контент-аналіз допоміг визначити

найпоширеніші теми та риторичні структури, що використовувалися у комунікаційних матеріалах. *Оцінка каналів комунікації* виявила найефективніші платформи для взаємодії з локальною аудиторією. *Аналіз взаємодії з медіа* дав змогу оцінити, наскільки активно посольства співпрацювали з місцевими журналістами та використовували локальні медіаресурси для поширення наративів. *Вивчення реакції аудиторії* дозволило отримати уявлення про рівень підтримки, активності та зацікавленості в українських питаннях в обох країнах.

Порівняльний аналіз дозволив систематизувати дані, отримані з досліджень комунікаційних стратегій українських посольств у Польщі та Японії, щоб виявити спільні тенденції та ключові відмінності. Основна мета такого аналізу полягає у визначенні стратегій, які є найбільш ефективними в кожному з медіаконтекстів, а також у розумінні того, як локальні культурні й інформаційні особливості впливають на сприйняття українських наративів (Кобильник, 2011). Завдяки порівнянню результатів двох кейсів вдалося виявити специфічні фактори, що впливають на ефективність комунікацій українських посольств.

Перший етап порівняльного аналізу передбачав визначення сильних та слабких аспектів, а також перешкод чи загроз для комунікаційних стратегій українських посольств у Польщі та Японії. Для цього було систематизовано дані про наявність ресурсів, рівень адаптації контенту до локальних особливостей і професіоналізм комунікаційної команди. Окрім цього, було проаналізовано зовнішні фактори: культурне та медіасередовища, рівень залученості місцевих медіа та вплив зовнішніх загроз, таких як дезінформація.

На другому етапі було здійснено порівняльний аналіз ефективності комунікацій, що зосереджувався на виявленні відмінностей у комунікаційних підходах. Зокрема, порівнювалися теми, які найбільше впливали на аудиторію в обох країнах, а також канали комунікації, що використовувалися для взаємодії з громадянами Польщі та Японії.

РОЗДІЛ 2

ДИПЛОМАТИЧНІ ТА КОМУНІКАЦІЙНІ АСПЕКТИ: УКРАЇНА — ПОЛЬЩА, УКРАЇНА — ЯПОНІЯ

2.1. Історичні та сучасні напрямки дипломатичних відносин України з Польщею та Японією

Аналіз історичного контексту та сучасної дипломатичної співпраці України з Польщею та Японією дозволить виокремити зовнішньополітичні пріоритети України. Польща, як сусідня європейська держава, є важливим партнером у підтримці євроінтеграційних прагнень України та зміцненні її позицій у Центрально-Східній Європі. Водночас Японія, як важливий гравець Азійсько-Тихоокеанського регіону, підтримує Україну на глобальному рівні, сприяє її економічній та культурній інтеграції.

Основні критерії за якими розглядається значущість Польщі та Японії для України у рамках зовнішньополітичного співробітництва відображено на рис. 2.1.

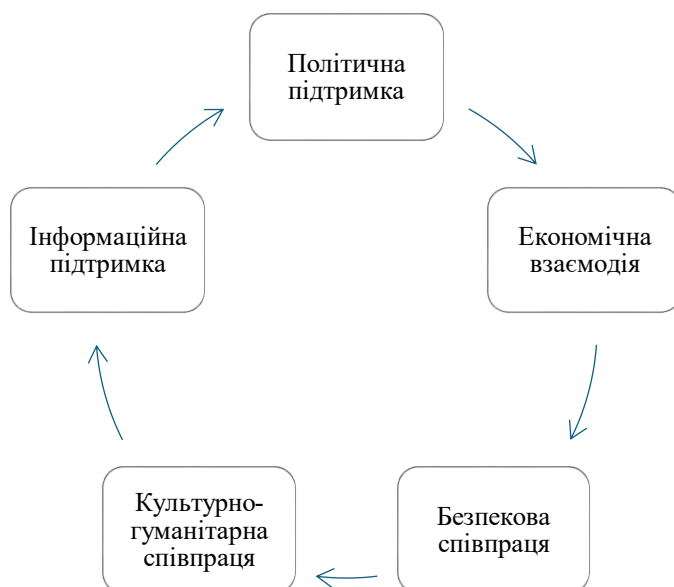


Рис. 2.1. Основні критерії, за якими розглядається значущість Польщі та Японії для України у рамках зовнішньополітичного співробітництва

Дипломатичні відносини України з Польщею: історія та сучасність

Розглядаючи історичний контекст у питаннях публічної дипломатії, слід зазначити, що геополітичний простір суттєво впливає на формування національних інтересів. Зміни в глобальній системі після розпаду СРСР у 1991 році відкрили нові можливості для публічної дипломатії України та Польщі, спрямованої на зміцнення зв'язків із Заходом. Слабшання ролі міжнародного ліберального порядку та зростання впливу авторитарних держав підкреслюють необхідність консолідації демократичних країн, які через інструменти публічної дипломатії можуть посилювати свої позиції (Сендецький, 2023).

Польща сприйняла нові умови як шанс подолати цивілізаційне відставання та інтегруватися у західну систему цінностей, що сприяло зміцненню її позицій у Європі. Для України партнерство з Польщею стало важливим елементом у побудові стабільного безпекового середовища та просуванні на міжнародній арені.

Польща надавала Україні значну допомогу в рамках євроінтеграційних процесів ще з початку 1990-х років. Важливим періодом у розвитку співпраці стала Помаранчева революція 2004 року, коли Польща виступила активним адвокатом України в Європейському Союзі. Політичні ініціативи польських лідерів, таких як Александр Кваснєвський, сприяли налагодженню контактів між Україною та ЄС. Окрім політичної підтримки, Польща фінансувала численні культурні, освітні та інфраструктурні проєкти. Наприклад, у 2010 році польська сторона профінансувала розвиток спільних освітніх програм, обмін студентами та технічну допомогу в модернізації прикордонної інфраструктури (Посольство України в Республіці Польща, 2023).

У 2014 році після початку російської агресії Польща безкомпромісно виступила на підтримку територіальної цілісності України. На міжнародних майданчиках польські дипломати закликали до посилення санкцій проти росії, сприяли розширенню допомоги для України з боку ЄС та НАТО (Посольство України в Республіці Польща, 2023).

З 2014 року Польща рішуче підтримує Україну у протидії російській агресії. Польські політики та дипломати виступають за посилення тиску на Росію та

закликають до запровадження жорсткіших санкцій. Польща також стала важливим транзитним центром для гуманітарної та військової допомоги, що надається Україні. У післявоєнний період Польща планує взяти активну участь у відновленні України, зокрема через інфраструктурні проєкти, розвиток спільних підприємств та залучення інвестицій у ключові галузі економіки.

Польща стала одним із найбільших партнерів України у протистоянні російській агресії після 2022 року. Військова підтримка Польщі вивела її на перше місце серед союзників України за відносними витратами, що становлять 4,91% від її ВВП. Уряд Польщі виділив 3,23 млрд євро на підтримку, включаючи постачання важкого озброєння, бойової авіації, боєприпасів, а також організацію навчання українських військових (Militalniy, 2024).

Польща передала Україні найбільшу кількість важкої техніки серед усіх партнерів, передавши понад 350 танків із загальної кількості 800, отриманих Україною. До цієї кількості входять 14 танків Leopard 2A4, 60 танків PT-91 та 280 танків T-72 різних модифікацій. Також Україна отримала 250 бойових машин піхоти BWP-1, 100 бронетранспортерів Rosomak, 9 розвідувальних машин БРДМ-2 та понад 30 реактивних систем залпового вогню BM-21 «Град». Польські оборонні підприємства активно ремонтують українську техніку, включаючи танки Leopard, T-72, PT-91 та САУ KRAB, що забезпечує їхню ефективність на фронті (Militalniy, 2024).

У сфері авіаційної допомоги Польща першою серед союзників передала Україні бойову авіацію. Станом на середину 2023 року Україна отримала 14 винищувачів MiG-29 та 12 гелікоптерів Mi-24. Крім того, Польща забезпечила постачання польських безпілотників, сотень ударних дронів, а також зенітних і протиракетних систем. Польська сторона також запропонувала підтримку у навчанні українських пілотів на літаках F-16 (Militalniy, 2024). Україна отримала понад 100 мільйонів патронів різних типів і калібрів. Польща також фінансує обслуговування 20 тисяч комплектів Starlink, що забезпечують безперебійний зв'язок на фронті. Крім того, Польща виділила 100 мільйонів євро в рамках

«ініціативи з боєприпасів», спрямованої на виробництво снарядів для Збройних сил України.

Польща активно підтримує підготовку українських військових. Організовано понад 500 курсів, під час яких навчено близько 25 тисяч бійців, зокрема 14,5 тисяч у межах місії ЄС EUMAM. У січні 2025 року Польща відкриє Аналітичний, навчальний та освітній центр НАТО-Україна (JATEC) у місті Бидгощ, де буде впроваджено стандарти НАТО для Збройних сил України (Milítaniy, 2024).

Географічне розташування Польщі зробило її логістичним хабом для постачання гуманітарної та військової допомоги Україні. Понад 80% усієї допомоги проходить через польські логістичні центри, що забезпечує ефективне постачання озброєння, медичного обладнання та інших необхідних ресурсів. Польща залишається одним із найнадійніших партнерів України, адже демонструє непохитну підтримку на міжнародній арені та всебічну допомогу у відновленні територіальної цілісності України.

Дипломатичні відносини України з Японією: історія та сучасність

Після анексії Криму у 2014 році Японія долучилася до санкцій проти росії. Такий крок ще раз підкреслив стратегічну важливість українсько-японських відносин та прихильність Японії до підтримки суверенітету України. Підтримка Японії з боку США та її зобов'язання щодо безпеки в Азійсько-Тихоокеанському регіоні роблять її важливим партнером для України. Після початку російської агресії в Україні у 2022 році Токіо розширило санкції проти росії та долучилося до фінансових санкцій, введених країнами G7, продемонструвавши солідарність з Україною та Заходом (Nosaka, 2023).

У 2022 році, після початку повномасштабного вторгнення росії, Японія розширила масштаби допомоги Україні. Було збільшено обсяги фінансування через Світовий банк для реалізації проєктів з економічного відновлення та забезпечення критичних потреб населення. Зокрема, Японія надавала кредити на підтримку української економіки та зменшення наслідків війни, а також сприяла наданні гуманітарної допомоги через такі організації, як ООН, Червоний Хрест та інші.

Японська допомога включала підтримку охорони здоров'я, забезпечення доступу до чистої води та покращення санітарних умов у постраждалих регіонах України та сусідніх країнах, які приймають українських біженців (Szczepanska et al., 2024).

Офіційна допомога розвитку (ODA) від Японії стала важливим елементом підтримки України з часу встановлення двосторонніх відносин. З відкриттям у 2018 році офісу Японського агентства міжнародного співробітництва (JICA) у Києві, Японія значно посилила надання технічної допомоги Україні. Програми JICA сприяли покращенню інфраструктури та соціальних послуг, включаючи охорону здоров'я, освіту та енергетику, допомагаючи Україні долати виклики на тлі геополітичної нестабільності (Грантова угода, 2023).

Зокрема, з 2014 по 2022 рік обсяг японської допомоги Україні перевищив \$1 мільярд. Допомога включала надання кредитів і грантів для реалізації важливих інфраструктурних проєктів, таких як модернізація систем водопостачання та каналізації, а також проєкти з реконструкції та відновлення зруйнованих об'єктів. Зокрема, позики надавалися на підтримку економічних реформ та стабілізацію фінансової системи, що дало змогу Україні отримати доступ до ресурсів для покращення макроекономічної ситуації. Кредити та гранти, які Японія виділила через ODA, також використовувалися для покращення медичних послуг та надання гуманітарної допомоги для внутрішньо переміщених осіб та постраждалих регіонів (Hosaka, 2023).

Після початку повномасштабного вторгнення росії в Україну у 2022 році Японія надала значну гуманітарну допомогу. Зокрема, Японія передала Україні бронежилети, шоломи та комерційні дрони, що мало важливе значення для обороноздатності країни. Крім того, японський уряд виділив близько \$200 мільйонів на надання медичної допомоги, забезпечення продовольством та покриття інших нагальних потреб. Японія також забезпечила транспортування вибухонебезпечних предметів, надавши будівельну техніку для розчищення завалів та автотрансформатори для відновлення енергетичної інфраструктури перед зимовим сезоном (Szczepanska et al., 2024).

Фінансова допомога, яку Японія надає Україні, є однією з найбільших серед азійських країн-партнерів. За весь час співпраці обсяги наданої допомоги перевищили \$4,5 мільярди, що включає проекти у сферах інфраструктури, охорони здоров'я та відновлення економічного потенціалу. Також Японія підтримує різноманітні гуманітарні ініціативи, які спрямовані на подолання наслідків війни на сході України та відбудову регіонів, постраждалих від військових дій. Позитивний досвід українсько-японських відносин, що спирається на підтримку стабільності та спільні цінності, дозволяє обом країнам розвивати ефективну і взаємовигідну співпрацю на міжнародному рівні (Павлиш, 2024).

У таблиці 2.1. відображено узагальнене обґрунтування вибору Польщі та Японії як стратегічних партнерів України в різних аспектах.

Таблиця 2.1. - Обґрунтування вибору Польщі та Японії як стратегічних партнерів України за різними критеріями

Критерій	Польща	Японія
<i>Історичний контекст та геополітичні зв'язки</i>	Має багаті історичні зв'язки з Україною. Польща підтримує Україну у протидії російській агресії з 2014 року. Як сусідня держава та член ЄС і НАТО, Польща сприяє євроінтеграції України та зміцнює її позиції в Центрально-Східній Європі.	Японія, як єдина азійська країна G7, підтримує Україну з моменту анексії Криму Росією. Японія розглядає українське питання як частину своєї стратегії в Азійсько-Тихоокеанському регіоні, особливо у контексті безпекових викликів з боку Китаю.
<i>Економічне значення та інвестиційні перспективи</i>	Польща є одним з найбільших економічних партнерів України в Європі. Сприяє зростанню торгівлі та інвестицій, забезпечуючи доступ до європейських ринків. Польща є важливим ринком для української продукції та імпортує велику кількість робочої сили.	Японія інвестує в інфраструктурні та інноваційні проекти в Україні, підтримуючи економічну стабільність. Японія є потенційно важливим ринком для української аграрної продукції, а також надає фінансову допомогу для відновлення після війни.
<i>Безпекова співпраця</i>	Польща як член НАТО надає значну військову підтримку Україні, допомагає в підготовці військових та проводить спільні навчання. Є активним	Японія надає гуманітарну допомогу Україні, включаючи кібербезпеку та підтримку у формі матеріального забезпечення, такого як генератори та

	прихильником посилення санкцій проти Росії та інтеграції України до західних безпекових структур.	медичне обладнання. Японія зосереджена на підтримці глобальних безпекових ініціатив і стабільності в регіоні.
<i>Культурна дипломатія та гуманітарна співпраця</i>	Польща активно сприяє просуванню української культури в Європі та підтримує культурні обміни. Має глибокі історичні та культурні зв'язки з Україною, які сприяють розвитку культурної дипломатії та міжособистісних контактів.	Японія фінансує культурні та освітні проекти, сприяючи кращому розумінню української культури в Азії. Активно підтримує освітні програми, культурні обміни та мистецькі ініціативи, що сприяють зміцненню партнерських зв'язків на рівні громадян.
<i>Інформаційна підтримка та протидія дезінформації</i>	Польща поширює об'єктивну інформацію про ситуацію в Україні в Європі та активно бореться з російською пропагандою, підтримуючи формування європейської солідарності з Україною.	Японія підтримує об'єктивне висвітлення подій, пов'язаних з агресією Росії, на глобальному рівні. Японія має значний вплив у Азії, що дозволяє поширювати інформацію про Україну та сприяє формуванню її позитивного іміджу на міжнародній арені.

Обидві країни послідовно підтримують Україну на дипломатичному рівні, протидіють дезінформації та сприяють збереженню міжнародного правопорядку, що відповідає національним інтересам України в умовах війни.

2.2. Медіасередовища та особливості комунікацій у Польщі та Японії

Ефективна дипломатична комунікація вимагає детального розуміння медіасередовищ, які відіграють важливу роль у формуванні громадської думки та порядку денного на міжнародній арені. Медіасередовища не лише забезпечують канали для передачі інформації, а й формують наративи, що стають інструментами для держав, які прагнуть посилити свої позиції на світовій арені. Дослідження та аналіз цих наративів дозволять краще зрозуміти культурні та соціальні особливості різних країн.

Передусім, для поглибленого розуміння української культури варто звернутися до праці Марини Стародубської «Як зрозуміти українців: крос-культурний погляд» (Стародубська, 2024). Книга пропонує детальний аналіз специфіки українського менталітету через розгляд культурних цінностей,

особливостей взаємин та впливу історичних факторів на сучасне суспільство. Авторка наголошує на проблемах, які глибоко впливають на світосприйняття українців і їхню взаємодію з іншими народами, що дозволяє сформувати більш цілісне уявлення про комунікаційні стратегії, що будуть ефективними в українському контексті.

Марина Стародубська звертає увагу на теми колективізму та обмеженої довіри в українському суспільстві. Зокрема, вона зазначає, що українці схильні довіряти лише близькому оточенню, наприклад, родині, що має міцні зв'язки у 96% випадків. Рівень довіри до незнайомих людей значно нижчий – лише 27,4% готові довіряти тим, кого бачать уперше, що вказує на високий рівень міжособистісної недовіри, який ускладнює суспільні реформи та впливає на стабільність інституцій (Стародубська, 2024). Серед ціннісних орієнтирів українців виокремлюється прагнення до свободи та справедливості, які розглядаються як основоположні права людини, підкреслюючи важливість індивідуальної свободи. Матеріальна забезпеченість має нижчий пріоритет, тоді як історичні травми та соціальні потрясіння сприяють прагненню до рівності й безпеки. Авторка зазначає, що це створює амбівалентне ставлення до змін, адже очікування спільноти коливаються між потребою в стабільності та прагненням до реформ (Стародубська, 2024).

До ключових цінностей Польщі належать адаптивність, щедрість, справедливість, традиції та сентиментальність до минулого, однак це супроводжується гострою практичністю та реалістичним мисленням (Cultural Atlas, 2017). Польське суспільство приділяє значну увагу пам'яті про історію, особливо щодо таких подій, як Друга світова війна, боротьба проти комуністичного режиму та боротьба за незалежність.

Населення значною мірою об'єднане завдяки спільним переконанням у сімейних цінностях і егалітаризмі, що робить Польщу більш колективістською, ніж більшість країн Заходу (Cultural Atlas, 2017). Водночас важливу роль у польській культурі та суспільному житті відіграє католицизм, який виступає одним з ключових компонентів національної ідентичності країни.

Після комуністичного режиму, що придушував самовираження та особисту свободу, польське суспільство надає велике значення демократичним цінностям, правам людини та свободі слова.

Японці вирізняються глибоким почуттям колективізму, повагою до традицій і впертою працею. Їхній менталітет часто зосереджений на підтримці гармонії в суспільстві та уникненні конфліктів. Це проявляється в їхній ввічливості, прагненні до точності й обережності у прийнятті рішень. Японці також дуже цінують стійкість і самовдосконалення, часто ставлячи загальне благо вище особистих інтересів. Ці риси допомагають Японії справлятися з труднощами та створювати міцну, збалансовану спільноту.

Пацифістська політика Японії, що стала основою її зовнішньої політики після Другої світової війни, надає великого значення не насильству та мирному вирішенню конфліктів. У контексті російсько-української війни, Японія, зважаючи на свої пацифістські переконання, активно підтримує Україну через гуманітарну допомогу, дипломатію та економічні санкції, утримуючись від військового втручання, твердо засуджує агресію Росії.

Таку думку підтверджує й посол України в Японії С. Корсунський: *«Японія боляче сприймає застосування сили в міжнародних відносинах, враховуючи їхню власну пацифістську конституцію та ментальність. Японці усвідомлюють несправедливість цієї війни, неспровокованої з українського боку. І для них важливо, щоб у світі не було прецедентів, які б могли привести до агресивних дій інших країн, бо якщо Росії вдасться, то вдасться і комусь іншому»* (Ерман, 2023).

Медіасередовища Польщі та Японії мають свої унікальні характеристики, які впливають на сприйняття інформації від українських дипломатичних установ.

Аналізуючи особливості медіакомунікацій у Польщі та Японії, варто зазначити різноманіття підходів до споживання інформації та культурні впливи на комунікаційні стратегії. У Польщі аудиторія орієнтована на телебачення й друковані видання, але водночас інтернет-ЗМІ та соціальні мережі, як-от TVP, TVN і Onet, відіграють значну роль, що є особливо важливим для протидії дезінформації, поширюваної росією (табл. 2.2).

Таблиця 2.2. Порівняння особливостей медіакомунікацій у Польщі, Японії та Україні

Критерій	Польща	Японія	Україна
<i>Інформаційні вподобання аудиторії</i>	Традиційні медіа, такі як телебачення та радіо, залишаються популярними. Інтернет-ресурси також активно використовуються.	Телебачення домінує, особливо NHK. Зростає використання інтернет-ресурсів і соціальних мереж, таких як Twitter (X) та LINE.	Переважає телебачення та інтернет-медіа. Соціальні мережі активно використовуються для новин, особливо під час війни. Основні теми – політика, війна, економічні виклики.
<i>Культурні особливості</i>	Орієнтація на колективні цінності, такі як сім'я, громада. Високий рівень довіри до місцевих медіа.	Культурна повага до традицій та авторитету. Висока довіра до суспільного мовника NHK.	Високий рівень колективізму та прив'язаність до місцевих медіа. Довіра до медіа зростає у часи кризи, але загалом досить низька.
<i>Інформаційна війна та дезінформація</i>	Високий рівень протидії російській пропаганді. Медіа активно висвітлюють тему російської агресії та підтримують українські наративи.	Існує самообмеження у висвітленні політичних тем. Російська дезінформація переважно ігнорується або критикується.	Війна з Росією значно підсилила боротьбу з дезінформацією, зокрема з російською пропагандою. Медіа активно висвітлюють російські злочини та розвінчують фейки.
<i>Соціальні медіа та цифрові платформи</i>	Facebook та Twitter (X) активно використовуються для обговорення соціально-політичних тем. Інтернет-медіа розвиваються стрімко.	Twitter (X), LINE та YouTube популярні серед молоді. Соціальні мережі використовуються для новин і розваг.	Facebook, Instagram та Telegram є основними каналами для поширення новин та інформації, особливо в умовах війни.

Медіасередовища Польщі та Японії мають унікальні характеристики, які необхідно брати до уваги під час планування дипломатичної та комунікаційної діяльності. Польща характеризується значною увагою до традиційних медіа та впливом державних та приватних медіакомпаній. Японія, натомість, демонструє високу довіру до офіційних джерел інформації, а також цифрових платформ.

РОЗДІЛ 3

АНАЛІЗ KEYCІВ КОМУНІКАЦІЙ УКРАЇНСЬКИХ ПОСОЛЬСТВ У ПОЛЬЩІ ТА ЯПОНІЇ

3.1. Кейс-стаді: стратегії комунікацій українського посольства в Польщі 2022-2023

Після початку повномасштабної війни росії проти України у 2022 році українське посольство в Польщі опинилося в центрі міжнародних і гуманітарних процесів. Основні цілі комунікацій включали (рис. 3.1):



Рис. 3.1. Основні цілі комунікацій українського посольства в Польщі

Джерело: складено автором на основі інформації з офіційного сайту посольства України в Республіці Польща (Посольство України в Республіці Польща, 2025).

Андрій Дешиця розпочав свою дипломатичну місію в Польщі у жовтні 2014 року. Як він заявляв: *«Моя місія тут — будувати добрі відносини між Україною і Польщею. Ми є близькі одне одному, і нам потрібно бути разом, ніж шукати якісь причини або приводи бути поділеними»* (Посольство України в Республіці Польща, 2022). Ще перед призначенням на посаду Дешиця мав у своїй біографії один епізод, що яскраво продемонстрував його рішучий та відвертий стиль спілкування, пов'язаний з виконанням нецензурної пісні футбольних фанатів про В. Путіна під

час протесту під російським посольством у Києві після анексії росією Криму у 2014 році (Тороп, 2022). Під час перебування на посаді очільника українського посольства у Польщі він продовжував демонструвати прямолінійність та чіткість у своїй позиції, що поєднувалася зі стратегічною дипломатичністю та вмінням шукати баланс між національними інтересами України та міжнародними вимогами.

8 лютого 2022 року Надзвичайним і Повноважним Послом України в Польщі було призначено Василя Зварича. Проте через початок повномасштабного вторгнення росії проти України термін повноважень А. Дешиці було продовжено до червня 2022 року. В одному з перших інтерв'ю на посаді посла В. Зварич заявив, що перед прибуттям він отримав від українського керівництва кілька настанов: *«...мені сказали одну просту річ: ти повинен привезти назад нову історію українсько-польських взаємин. Ми її вже будемо разом і це має бути історія нашого спільного успіху, нашої єдності та спільного європейського майбутнього»* (Банахевич, 2022).

Стиль спілкування Василя Зварича можна схарактеризувати як прагматичний та емоційний, водночас на думку деяких, не надто виважений, що передусім пов'язане з його реакціями на українсько-польські відносини. Один з таких моментів стосується заяви речника польського Міністерства закордонних справ Лукаша Ясіна у 2023 році щодо того, що українська сторона досі не перепросила за трагічні події 1943 року, і що український президент має зробити це офіційно. В. Зварич гостро відреагував на ці слова дописом у соціальних мережах, зазначаючи, що будь-які спроби «нав'язати» Україні, що вона повинна робити щодо питань спільної історії, є неприйнятними (Андаліцька, 2023). Реакція була критичною і з боку польських медіа, що звинуватили Зварича в непрофесіоналізмі та порушенні дипломатичної етики, так і з боку частини польської громадськості, яка вважала такі заяви занадто різкими, що, на їхню думку, свідчило про відсутність бажання до конструктивного діалогу та компромісу. Згодом український посол видалив допис і опублікував новий, у якому зауважив, що вважає таку форму спілкування з боку речника польського МЗС недоречною та визнає готовність української сторони до

діалогу та співпраці з історичних питань. *«Разом сильніші»* – підсумував він у своїй заяві (Зварич у Х, 2023).

Критиці був підданий також інший його допис у соціальних мережах, присвячений 80-м роковинам Волинської трагедії, хоча й здебільшого серед представників «кресового руху». Наприклад, активний діяч цього руху Тадеуш Ісакович-Залеський звинуватив українського посла в тому, що він «панічно боїться правди про Волинську трагедію» (Supernak, 2023).

Серед інших епізодів висловлювань В. Зварича, що негативно позначилися на сприйнятті українців серед польського населення, варто відзначити також його коментарі стосовно польських перевізників та фермерів під час блокади українсько-польського кордону. Виступаючи на підтримку українських інтересів та прагнучи домогтися припинення блокади, Зварич висловив думки про те, що ці дії *«є ударом у спину Україні»* з боку Польщі та свідченням сприяння росії (Мигаль, 2023). Однак такий емоційний та різкий коментар лише підсилив напругу, оскільки багатьом здавалося, що такий підхід не враховує польські національні інтереси. Його наступні заяви про те, що польські фермери є *«привілейованим економічним класом»*, що отримує фінансову підтримку від уряду та робить все можливе для захисту своїх інтересів, лише викликали додаткове обурення (Menok, 2024). Такі помилки Зварича знизили ефективність його дипломатичної роботи, адже замість того, щоб сприяти солідарності між народами, вони створили враження, що українська сторона не належно цінує польську допомогу, що погіршило імідж України серед деяких груп польського суспільства.

У червні 2024 року В. Зварича було звільнено з посади посла України в Польщі та призначено на аналогічну посаду в Чехії, де понад два роки був відсутній очільник української дипломатичної місії. Голова Комітету закордонних справ Сейму Польщі Павел Коваль переконаний, що: *«Зварич отримує нові завдання. Ніякої сенсації, ніякого підтексту тут немає, я в цьому переконаний»* (Kostrzewa, 2024).

У інтерв'ю після звільнення з посади В. Зварич так оцінив свою роботу за два роки: *«Не буде правильно мені самому оцінювати свою місію у Варшаві. Ми всі*

стали свідками того, як українців і поляків неодноразово протягом цих двох років системно намагалися посварити, грати на емоціях, трагічних сторінках історії, блокуванні кордонів. Російська агентура працювала в її традиційному стилі за принципом «розділяй і володарюй», вчиняла різні провокації. Але мудрість наших народів і нашого керівництва перемогла» (Банахевич, 2024).

21 березня 2022 року було започатковано марафон щоденних брифінгів від Посла України в Польщі, які мали на меті інформування польського суспільства, міжнародної громадськості та українців, які були змушені евакуюватися до Польщі, про поточну ситуацію в Україні (Посольство України в Республіці Польща, 2022). Щоденні публікації цих брифінгів тривали до травня 2022 року.

Упродовж кількох перших місяців за ініціативи та сприяння українського посольства було створено Кризовий координаційний центр при посольстві (лютий 2022), який займався питаннями гуманітарної допомоги, волонтерської взаємодії, координаційними та логістичними питаннями, підтримкою українських консульських установ у Польщі; Антикризовий штаб, що відповідав за координацію дій регіональних представництв господарчої Палати в Україні та Польщі, а також надання гуманітарної допомоги Україні (лютий 2022); щотижневу програму «Консульські поради» (травень 2022) спільно з Українською службою Польського радіо у форматі питання-відповіді для українських дипломатів (Посольство України в Республіці Польща, 2022).

У досліджуваній період посольство України в Польщі використовувало такі канали для представлення інформаційних повідомлень та комунікації з місцевою аудиторією:

- Офіційний вебсайт посольства, який виступає головним інструментом для публікації офіційних заяв, новин та повідомлень для польської аудиторії та українців, які перебували на території Польщі.
- Соціальні мережі, які забезпечують можливість прямої комунікації з аудиторією та отримання відгуків. Окрім офіційного сайту, Посольство України у Польщі має офіційні сторінки у Facebook та Twitter (X).

- Місцеві ЗМІ, що допомагали забезпечити об'єктивне та оперативне висвітлення подій. Так, наприклад, за досліджуваний період Посол України в Польщі Василь Зварич давав інтерв'ю польським телеканалам, наприклад, TVN24, TVP3 та Polsat News, радіостанціям, зокрема Polskie Radio 24, а також виданням «Super Express» та «Puls Biznesu».

Також варто згадати зустріч Посла України та дипломатів українського посольства з представниками ЗМІ, які висвітлювали українську тематику та українсько-польські відносини у грудні 2023 року (Посольство України в Республіці Польща, 2023).

- Публічні заходи, події та акції, що виступали потужними засобами залучення місцевих громад до волонтерства з метою підтримки українців. У цьому контексті варто згадати проведення мітингів на підтримку України.
- Прямі зв'язки з урядовими органами та міжнародними організаціями для обміну інформацією та координації спільних дій. Зокрема, українське посольство брало участь у переговорах, результатом яких стала передача Україні військової техніки, включаючи танки Leopard 2, що суттєво посилило оборонний потенціал країни.
- Краудфандингові платформи та благодійні ініціативи, що дозволяли здійснювати збір коштів на допомогу українцям. Серед таких можна згадати проведення у Варшаві благодійного аукціону у серпні 2023 року під патронатом українського посольства, у ході якого відбувався показ картин українських митців та відбувався збір для закупівлі медичного спорядження для українських парамедиків (Посольство України в Республіці Польща, 2023).

У період 2022-2023 рр. українським посольством в Польщі було проведено ряд інформаційних кампаній кількох видів, які мали на меті поінформувати громадськість та мобілізувати підтримку України в умовах війни.

Інформаційно-просвітницькі кампанії, які фокусувалися на наданні актуальної та перевіреної інформації щодо злочинних дій росії, їхніх наслідків та гуманітарної допомоги для формування реального уявлення щодо поточних обставин в Україні та сприяння надання допомоги у військовій та гуманітарній сфері. У цьому контексті ключову роль відіграли пресрелізи, заяви та брифінги, які наголошували на необхідності надання Україні важкого озброєння та введення нових санкцій проти росії.

Наприклад, у результаті спільних дій українського посольства у Польщі та польського уряду було здійснено ряд заходів для спрощення процедур щодо купівлі та експорту бронежилетів з Польщі до України (Посольство України в Республіці Польща, 2022). Також під керівництвом українського посольства було започатковано флешмоб #ŻądamyAmunicji (#НамПотрібнаЗброя), у рамках якого закликали декламувати вірш польського поета Збігнева Ясінського «ŻądamyAmunicji» у перекладі Сергія Жадана та викладати відео у соціальних мережах з відповідним хештегом (Посольство України в Республіці Польща, 2022).

Як відзначав тодішній посол України в Польщі Василь Зварич: «..., завдання посольства – доводити новини до всіх верств польського суспільства з чіткою інформацією про потреби України в оборонній та гуманітарній сферах. Важливо, щоб увага до боротьби українського народу проти російського агресора не спадала, а зростала, що значно підсилить спроможність України пережити цей час і перемогти у війні» (Банахевич, 2023).

Інформаційні кампанії солідарності для підвищення рівня підтримки України. Серед інструментів, які були використані передусім варто відзначити підкреслення тісних зв'язків, солідарності та ідеї спільної боротьби, що неодноразово підкреслювалося в офіційних заявах, пресрелізах, брифінгах, інтерв'ю та виступах представників посольства та Посла України у Польщі.

У травні 2022 року за підтримки українського посольства було проведено концерт «*Matki Polski dla Matek Ukrainy – Matki Matkom*» для збору коштів для київської дитячої лікарні, присвячений стійкості українок та висловленню солідарності польських матерів з українськими (Polskie Radio, 2022).

Окремим підвидом таких інформаційних кампаній були також ініціативи подяки. У цьому контексті варто згадати проведення у травні 2022 року «Маршу вдячності» українців польському народу за підтримки українського посольства, що мав на меті продемонструвати важливість польської допомоги, демонстрації прихильності та готовності до співпраці (Павлюк, 2022).

Інформаційні кампанії з контрпропаганди, які мали на меті боротьбу з російською пропагандою та дезінформацією, що, зокрема, спрямовувалася на дискредитацію українців, які евакуювалися від війни до Польщі. Для цього на офіційних сторінках українського посольства в Польщі у Facebook та Twitter (X) публікувалися спростування фейкових новин та коментарі. Важливим кроком стало підписання 4 жовтня 2023 року спільної Декларації про співпрацю і підтримку в боротьбі з дезінформацією медіарегуляторами України та Польщі, яка націлена на узгодження національних платформ фактчекінгу, а також взаємну підтримку заходів з аналізу, реагування та стримування дезінформації (Варшавська декларація з протидії дезінформації, 2023).

29 жовтня 2023 року дипломати українського посольства долучилися до воркшопу з протидії пропаганді та дезінформації «*Journalists don't give in to propaganda/disinformation*», участь у якому брали провідні польські журналісти та громадські діячі (Посольство України в Республіці Польща, 2023).

Культурно-просвітницькі кампанії, що мали на меті підтримку національної самобутності та культурної ідентичності українців як важливого аспекту боротьби проти російської агресії, а також формування позитивного іміджу України на міжнародній арені. Окрім цього, значна частина культурних подій мали на меті збір коштів для українців. З цією метою було проведено культурні заходи, виставки, фестивалі та концерти, що демонстрували багатство української культурної спадщини.

Серед таких заходів можна відзначити проведення у березні 2022 року концерту *«Разом з Україною»*, організація благодійного футбольного матчу у квітні 2022 між варшавською «Легією» та київським «Динамо», а також футбольного турніру між командами дипломатичних місій у Польщі у жовтні 2023 року, проведення культурного проєкту *«Український борець єднання»* та виставки сучасного українського мистецтва – *«Мани»* у квітні 2022 року, відкриття виставки *«Ми в Європа»* перед консульським відділом українського посольства, присвяченій боротьбі за європейське майбутнє України у вересні 2023 року (Посольство України в Республіці Польща, 2023).

Інформаційні-гуманітарні кампанії з надання гуманітарної та фінансової допомоги українцям та підтримки українських біженців у Польщі. Окрім публікацій на офіційному сайті та сторінках у соціальних мережах інформації щодо юридичних питань та інших послуг для біженців, також варто відзначити таку ініціативу як благодійний телемарафон *«Save Ukraine – Stop War»*, що поєднав гуманітарну допомогу та підтримку українських артистів та митців, проведений у Варшаві 27 березня 2022 року. Також можна згадати благодійну акцію *«ДОПОМАГАЄМО!»*, у рамках якої було проведено кулінарний ярмарок та збір коштів на реабілітацію ветеранів (Посольство України в Республіці Польща, 2022). До того ж, у сфері підтримки українських біженців було налагоджено співпрацю з польськими волонтерськими організаціями, включаючи Polska Akcja Humanitarna, що забезпечило ефективну координацію гуманітарної допомоги.

Діяльність українського посольства в Польщі у 2022-2023 роках показала ефективність синергії комунікацій, військової співпраці та гуманітарної діяльності. Організація культурних подій сприяла підвищенню інтересу до України, а поширення інформації через соціальні мережі забезпечило швидке реагування на сучасні виклики. Разом із тим, посольство активно працювало над протидією дезінформації.

3.2. Кейс-стаді: стратегії комунікацій українського посольства в Японії 2022-2023

Українське посольство в Японії в умовах війни з росією зосредило увагу на просуванні наративів, які відображають ключові аспекти агресії проти України, забезпеченні міжнародної підтримки та інформуванні японського суспільства про українські реалії. Особливості медіасередовища Японії, де домінують традиційні ЗМІ, такі як національний мовник NHK, та цифрові платформи, як Yahoo! Japan, стали основною побудови дипломатичних комунікацій.

Основні напрями діяльності відображено на рис. 3.2.



Рис. 3.2. Основні напрями діяльності комунікації українського посольства в Японії 2022-2023

Джерело: розроблено автором

Для Сергія Корсунського, експосла України в Японії, було справжнім викликом привернути увагу до України, коли він тільки приїхав працювати до країни. Але, за його словами, він знав, що в Японії дуже популярним джерелом новин є Твіттер. *«Майже в перший день тут я сказав: Реєструйте мій акаунт у Твіттері, зробімо перший твіт, я хочу представитися Японії, я хочу привітати Японію».* Його перший твіт, де він зображений з булавою (Додаток А) став вірусним

і отримав значну кількість вподобань і переглядів (Мусаєва, 2023). Цей жест привернув увагу японців і допоміг йому здобути популярність серед місцевих урядовців і журналістів. Це стало успішним кроком у його дипломатичній діяльності.

З 2022 року, інформування японської аудиторії про війну в Україні здійснювалося також через співпрацю з провідними медіа, пресконференції, статті та інтерв'ю. Завдяки цьому японські громадяни отримували перевірену інформацію про воєнні злочини та необхідність підтримки.

Інтерв'ю з українськими та японськими послами є важливими джерелами інформації, оскільки вони висвітлюють ключові моменти дипломатичних переговорів, аналізують сучасні тенденції у відносинах між країнами, а також визначають проблеми й можливості для співпраці. У контексті війни з Росією активну дипломатичну діяльність вів Надзвичайний і Повноважний Посол України в Японії Сергій Корсунський. Він регулярно давав інтерв'ю (Гетьман & Захарченко, 2022); Глуховський, 2024; Корсунський, 2022; Повернення Курильських островів, 2022) та активно використовував соціальні мережі, такі як Facebook, для поширення актуальних новин і позицій.

Посол України в Японії Сергій Корсунський відзначив, що у перші 50 днів війни, Україна здобула переконливу перемогу в інформаційному протистоянні. Він наголосив, що об'єктивні дані свідчать про ефективність українських зусиль у цій сфері, що дозволило виграти перший раунд інформаційної війни «в чисту». Ця перемога стала критичною в зміні міжнародної думки щодо України та зміцненні її позицій на світовій арені (Корсунський, 2022).

Разом з тим, Посол вважає, що після 24 лютого 2022 року російська пропаганда та дезінформація значною мірою були відсунуті на другий план в авторитетних японських ЗМІ, хоча іноді вони все ще з'являються. Їх одразу спростовують фахівці. Сергій Корсунський підкреслює, що японські медіа демонструють високу якість роботи та ретельно готують матеріали, забезпечуючи точне висвітлення проблематики (Глуховський, 2024).

Також у 2022-2023 роках однією з ключових цілей комунікації українського посольства в Японії стало зміцнення культурних зв'язків. Посольство значно активізувало роботу в цьому напрямі, що збіглося з підвищеним інтересом японців до України та її культурної спадщини. Через заходи публічної дипломатії, концерти, виставки, кінофестивалі та інші культурні події Україна поширювала інформацію про свою культуру та протидіяла російським інформаційним впливам. Тоді відбулися гастролі таких колективів, як «Київський балет» та ансамбль танцю ім. Вірського, концерти музикантів О. Криси, О. Гринюка, Д. Яворського, а також виступи гуртів «Без обмежень» і «Казка». Японці відвідали виставки українських митців, було видано книги про Україну, а університети організовували лекції та круглі столи. Українське кіно також брало участь у місцевих фестивалях і кінопоказах по всій Японії (Посольство України в Японії, 2023).

Привернення уваги до гуманітарної кризи реалізовувалося через кампанії про підтримку біженців. Зокрема, за словами С. Корсунського, українське посольство в Японії організувало програму для біженців, в рамках якої Українці могли отримати тимчасове проживання в Японії. Програма включала надання безплатного житла на два тижні в готелі, а також зміну візи на річне перебування з правом на роботу і медичне забезпечення. Муніципалітети Японії пропонували житло та фінансову підтримку для біженців, що стало безпрецедентним кроком у країні (Мусаєва, 2023).

Також Посольство залучало японське суспільство до пожертвувань та гуманітарних проєктів. У 2022 році Посольство України в Японії отримало мільйон єн від одного з районів Токіо для допомоги українським біженцям, які були використані на підтримку українців, які перебувають у Японії. Така підтримка, була частиною ініціативи місцевої влади, яка активно долучається до допомоги українським громадянам у складний час (Укрінформ, 2022). Також для забезпечення допомоги постраждалим відбувалася співпраця з ЛСА. Просування економічної співпраці базувалося на партнерстві з JETRO і UkraineInvest. Через організацію бізнес-форумів вдалося встановити нові контакти в таких сферах, як цифровізація, інфраструктура та відновлювана енергетика.

У контексті військової підтримки, Японія, попри конституційні обмеження, надала Україні нелетальне обладнання та технологічну допомогу, що включало захисне спорядження. Зокрема, у відповідь на запит України щодо надання оборонної допомоги, Японія 8 березня 2022 року під час засідання Ради національної безпеки переглянула деякі положення закону «Про Сили Самооборони», зокрема Три принципи передачі оборонного обладнання та технологій. Це дозволило постачати Україні нелетальне обладнання. Японія направила літаки SDF для постачання бронежилетів, шоломів, зимової форми, медичних засобів, захисних масок, одягу для хімічного захисту, безпілотників та цивільних транспортних засобів. Тоді ж Міністр закордонних справ Й. Хаяші та український посол С. Корсунський підписали угоду, яка того ж дня набула чинності та встановила правила контролю за обладнанням і запобігала його нецільовому використанню. Це стало важливою демонстрацією підтримки України з боку Японії, оскільки вперше було надано захисне обладнання для Збройних сил України (Бондар, 2022).

Аналізуючи повідомлення Софії Федченко (Fedchenko, 2024) про розвиток інвестиційного партнерства між Україною та Японією, варто відзначити значний прогрес у напрямку розширення економічної співпраці. Організація зовнішньої торгівлі Японії (JETRO) та UkraineInvest об'єднали свої зусилля для розвитку економічних зв'язків і сприяння відновленню України. У рамках підписаного Меморандуму про взаєморозуміння, сторони домовилися створити портфель інвестиційних проєктів для японських інвесторів, а також обмінюватись інформацією та організовувати двосторонні ділові заходи для компаній. Церемонія підписання відбулася за участю Прем'єр-міністра України Дениса Шмигала, Посла Японії в Україні Кунінорі Мацуди та представників українського уряду. Прем'єр-міністр підкреслив важливість цієї співпраці, зазначивши, що японські інвестори зможуть зміцнити свої ділові зв'язки з українськими компаніями, обирати перспективні проєкти для інвестицій та впроваджувати нові технології для розвитку економіки України.

Зустріч т.в.о. Міністра культури та інформаційної політики України Ростислава Карандєєва з Міністром освіти, культури, спорту, науки та технологій Японії Масахіто Моріямою акцентувала на важливості культурної співпраці та медіакомунікацій в умовах російської агресії (МКСК, 2024). У центрі обговорення було питання відновлення культурної спадщини України, яке охоплює підтримку реставраційних центрів, збереження мистецьких колекцій та впровадження цифрових технологій для захисту культурних об'єктів. Японська сторона висловила готовність сприяти збереженню української ідентичності, що підсилює двосторонні зв'язки та демократичні цінності. Підтримка з боку Японії допоможе протидіяти дезінформації, посилюючи правдиве представлення України на міжнародній арені (МКСК, 2024).

Зустріч між Міністром культури та стратегічних комунікацій України Миколою Точицьким і Послом Японії в Україні Мацудою Кунінорі мала важливе значення для розвитку медіавзаємодії між країнами. У ході обговорення основну увагу приділили заходам протидії російській інформаційній агресії та розширенню співпраці задля підвищення рівня обізнаності міжнародної спільноти про українську культуру й історію. Спільні зусилля у сфері стратегічних комунікацій сприяють ефективній боротьбі з дезінформацією та забезпечують неупереджене висвітлення ситуації в Україні на глобальному рівні. Окрім того, взаємодія підтримує культурний обмін й ініціативи з відновлення культурної спадщини, що позитивно впливає на сприйняття України в міжнародному контексті. Дії, спрямовані на популяризацію українських наративів у світових медіа, є важливим інструментом у досягненні цілей культурної дипломатії (МКСК, 2024).

Нещодавня зустріч між представниками України та Японії на тему розвитку цифрових технологій підкреслила важливість стратегічного співробітництва в умовах глобальної цифрової трансформації. В рамках зустрічі міністрів країн G7 у Такасакі, Міністр внутрішніх справ і комунікацій Японії Мацумото Такеакі та заступниця міністра цифрової трансформації України Валерія Іонан обговорили можливості взаємодії у сфері цифрової інфраструктури. Іонан висловила вдячність за японську підтримку, особливо у світлі викликів, зумовлених російською агресією.

Японська сторона акцентувала на важливості захисту демократичних цінностей і прав людини, що є критично важливим для зміцнення глобальної цифрової безпеки (МКСК, 2024).

Україні важливо враховувати, що ключовий пріоритет зовнішньої політики Японії завжди полягатиме у підтримці альянсу зі США. На рівні двосторонніх відносин Сполучені Штати залишаються одним із провідних партнерів для України, яка прагне зміцнити свої позиції та стати союзником Вашингтона. Отже, Київ та Токіо могли б посилити діалог щодо досвіду партнерства з США, особливо у сфері безпеки (Getmanchuk, 2021).

Питання культурної дипломатії між Україною та Японією обговорювалися на форумі *«Азійська стратегія в дії. Роль українсько-японської співпраці»*, що відбувся 16 лютого 2021 року в Києві та був організований Центром Нова Європа. На форумі Генеральний директор Українського інституту Володимир Шейко представив результати дослідження щодо сприйняття України в Японії, яке враховувало особливості японської аудиторії, що формує уявлення про інші країни через призму історії, мистецтва та субкультур. Україна акцентує на спільних цінностях, таких як свобода і демократичність, а також просуває продукти високої якості, наприклад, українську вишивку та механічні моделі UGears, що вже здобули визнання в Японії. Увага також приділяється популяризації української кухні та розширенню знань про історію України, включно з кримськотатарською спадщиною. Додатково Український інститут підтримує блогерів, які створюють контент про Японію, сприяючи зростанню обізнаності та формуванню позитивного образу обох країн (Hirano, 2021).

Підтримка, надана Японією в рамках зустрічей G7, підкреслює її прихильність до захисту міжнародного правопорядку та зміцнення глобальної безпеки. Японія бере участь у конференціях з відновлення України та фінансово підтримує заходи з реконструкції, що є важливими для довгострокової стабільності країни (White House, 2023).

Зокрема, перед самітом G7 у Японії, який відбувся в травні 2023 року, уряд Японії обговорив підтримку відбудови України. Фуміо Кішіда доручив розробити

унікальну для Японії програму допомоги. Коментуючи це, посол України в Японії С. Корсунський в інтерв'ю міжнародній службі японської громадської медіаорганізації NHK, зазначав, що Японія має *«надзвичайно потужний історичний досвід у реконструкції й відбудові країни»*, тут *«накопичено абсолютно унікальний досвід у цьому плані»*. Посол Сергій Корсунський зазначив, що Японія має чітке розуміння, як послідовно здійснювати відновлення, як фінансувати ці процеси й забезпечити співпрацю між урядом та приватним сектором. Він також підкреслив важливість соціальної довіри до уряду. Корсунський висловив надію, що досвід Японії буде корисним для України та стане потужним сигналом для японського бізнесу (NHK World, 2023).

Японська аудиторія характеризується прагненням до консенсусу та уникнення конфліктних ситуацій, що вимагало від посольства ретельної адаптації своїх комунікаційних підходів. Врахування соціокультурних особливостей ускладнювало передачу емоційно насиченого меседжу про війну в Україні. Додатковим викликом стала інформаційна конкуренція, адже медіапростір Японії здебільшого зосереджується на внутрішніх темах, що обмежувало можливості для тривалого підтримання інтересу до подій в Україні. Окрім того, російська пропаганда, хоч і мала обмежений вплив, залишалася перешкодою для поширення об'єктивної інформації, змушуючи посольство застосовувати проактивні заходи спростування «фейків».

Завдяки активній роботі з провідними японськими медіа Україна стала важливим міжнародним сюжетом у японських новинах. Успіхом посольства стала організація понад 20 культурних заходів, які сприяли популяризації української ідентичності. Проведення виставок, лекцій та концертів дозволило підкреслити спільні демократичні цінності. Організація бізнес-форумів створила підґрунтя для партнерства у галузях відновлюваної енергетики, інфраструктури та цифрових технологій. Співпраця з японськими організаціями дозволила акумулювати ресурси для реалізації гуманітарних проєктів, спрямованих на підтримку населення, яке постраждало від війни.

3.3. Порівняльний аналіз ефективності підходів до комунікацій у Польщі та Японії

Кейс-стаді «Комунікації українського посольства в Польщі 2022-2023» продемонстрував багатовимірність дипломатичної діяльності у період повномасштабного вторгнення росії проти України. Основні комунікаційні зусилля посольства були спрямовані на інформування польської громадськості, залучення гуманітарної допомоги, зміцнення партнерських відносин між Україною та Польщею тощо.

Українські дипломати активно використовували різноманітні канали комунікації, зокрема офіційний вебсайт посольства, соціальні мережі, польські медіа, публічні заходи та акції, а також прямі зв'язки з урядовими органами. У 2022-2023 рр. посольство активно брало участь у переговорах, що стосувалися передачі Україні військової техніки та підтримки військових ініціатив.

Комунікаційна робота українського посольства в Польщі виявилася складною через історичні та культурні чинники, зокрема через польсько-українські історичні події, такі як Волинська трагедія. Дипломатичні представники, такі як Василь Зварич, стикалися з критичними реакціями на свої заяви, зокрема щодо історичних питань, однак продовжували акцентувати на важливості українсько-польських відносин.

Посольство проводило численні інформаційні кампанії, спрямовані на донесення правдивої інформації про злочини Росії, підтримку українців, які вимушено евакуювалися до Польщі, та формування позитивного іміджу України на міжнародній арені.

Комунікаційна діяльність українського посольства в Японії в умовах повномасштабного вторгнення Росії в Україну відображала багатовимірність підходів, спиралася на зміцнення двосторонніх відносин, а також на забезпечення гуманітарної підтримки. Японія, з огляду на віддаленість від безпосереднього конфлікту, мала специфічні виклики у комунікації, пов'язані з культурними, історичними та інформаційними бар'єрами.

З 2022 року, посольство України в Японії активно використовувало офіційні канали комунікації, такі як вебсайт посольства, соціальні мережі (зокрема Twitter (X) та Facebook), а також активно співпрацювало з японськими ЗМІ для поширення інформації про ситуацію в Україні. Японські медіа відіграли важливу роль у висвітленні гуманітарних аспектів війни, зокрема в питаннях надання допомоги цивільним.

Оскільки Японія активно брала участь у санкціях проти Росії, надаючи підтримку в контексті міжнародних ініціатив, особливе значення мала дипломатична робота. Посольство України співпрацювало з японськими урядовими органами для координації постачання гуманітарної допомоги та військової техніки. Водночас, через меншу кількість української діаспори в Японії, посольство було вимушене більш активно працювати з японськими організаціями та представниками уряду, щоб залучити японське суспільство до активнішої підтримки України.

Посольство поставало й перед труднощами, зокрема в контексті культурних відмінностей та стереотипів, які існували у японському суспільстві щодо Європи та конфліктів на її території. Не зважаючи на це, українським дипломатам вдалося формувати правильне розуміння української ситуації в Японії. Протягом 2022-2023 років особливу увагу приділяли боротьбі з російською дезінформацією та висвітленню правди про російські злочини в Україні.

Порівнюючи підходи до комунікації українського посольства в Польщі та Японії під час повномасштабного вторгнення Росії можна сказати, що вони демонструють різні підходи, зумовлені різним культурним контекстом в кожній з країн.

Польща, через своє географічне розташування, близькість до України та велику кількість переселенців, стала важливим партнером для України. Важливою частиною комунікаційної стратегії посольства було інформування польської громадськості про ситуацію в Україні, гуманітарні потреби та злочини, скоєні Росією. Посольство активно використовувало соціальні мережі, офіційний вебсайт, а також польські медіа для популяризації українських ініціатив, збір гуманітарної

допомоги та залучення до протестів проти війни. Велику увагу також приділяли культурним та публічним заходам, які підсилювали почуття єдності між українським та польським народами.

У Японії, завдяки менш численній українській діаспорі та відсутності спільної історії, посольство зосередилося на дипломатичних каналах і співпраці з японськими ЗМІ для пояснення ситуації та формування сприйняття про війну Росії проти України. Усі заходи були направлені на зміцнення політичної підтримки, пояснення важливості санкцій і надання гуманітарної допомоги.

У Польщі дипломатам доводилося працювати з «історичними травмами», що потребувало обережності в комунікації, зокрема на рівні офіційних заяв. У Японії було важливим, попри певний пацифізм японців, переконати громадськість та уряд в необхідності підтримки України через гуманітарні ініціативи та санкції проти Росії. Попри відмінності в підходах, в обох країнах викликом були культурні та історичні фактори.

Порівняння комунікаційних підходів демонструє — попри спільну мету, різниця в культурному, політичному та історичному контекстах вимагала адаптації стратегії в кожній країні. У Польщі ефективність комунікації була забезпечена завдяки широкому охопленню та активному залученню місцевих громад, тоді як в Японії успішно було реалізовано дипломатичну лінію, орієнтуючись на підтримку урядових ініціатив та зміцнення міжнародної солідарності.

Рекомендації для подальшої реалізації комунікаційної стратегії включають розширення локальних ініціатив та більший акцент на залучення громадськості в Японії, зокрема через культурні заходи та громадські кампанії, що підвищить поінформованість і рівень підтримки. В Польщі, з огляду на позитивний досвід, важливо продовжувати роботу із засобами масової інформації та соціальними мережами, зокрема з фокусом на розвінчування російської пропаганди та підтримку рефлексії щодо історичних питань.

ВИСНОВКИ

Комунікаційна стратегія у міжнародних відносинах є комплексним планом, що включає аналіз аудиторій, формулювання ключових повідомлень та вибір каналів комунікації. Основною метою такої стратегії є забезпечення узгодженості зусиль для досягнення зовнішньополітичних цілей. Комунікаційна кампанія є частиною цієї стратегії й містить конкретні, вимірювані результати, що дозволяє оцінювати її ефективність. Стратегічні комунікації допомагають формувати позитивний імідж держави та реагувати на виклики глобального інформаційного середовища, що підвищує довіру та співпрацю між країнами. Медіасередовище, у свою чергу, є комплексом культурних кодів і очікувань, що впливають на сприйняття інформації.

Саме на перетині цих понять формуються комунікації в умовах війни — шляхом «вбудованості» у локальний контекст.

Конструктивізм наголошує на важливості наративів та ідей у процесі формування зовнішньої політики, вказуючи на те, який вплив та ефект можуть мати комунікаційні кампанії на сприйняття акторів на міжнародній арені. Модель комунікаційного процесу Гарольда Лассвела дозволяє детально розглядати механізми передачі інформаційних повідомлень, структурувати комунікаційні стратегії та визначати рівень їхньої ефективності. Концепція «м'якої сили» Джозефа Ная пропонує необхідний інструментарій для оцінки використання культурних та політичних атрибутів для впливу на інших акторів у міжнародній політики. Теорія медіатизації політики демонструє тенденцію впливу медіа на формування політичних та соціальних процесів, що необхідно враховувати під час аналізу комунікаційних кампаній.

Методологія дослідження стала інструментом перевірки гіпотези про залежність ефективності дипломатичних комунікацій від адаптації до медіасередовищ. Використання кейс-стаді дало змогу зануритися в практичні аспекти комунікаційної роботи посольств, а порівняльний підхід «найменш

подібних систем» (MDSD) виявив сталі закономірності для країн з різними культурно-політичними обставинами.

Історичний та сучасний контексти дипломатичних відносин України з Польщею та Японією підкреслює стратегічні пріоритети української зовнішньої політики, які спрямовані на безпеку, економічний розвиток та міжнародну інтеграцію. Історичний контекст дипломатичних відносин між Україною та Польщею має глибоке коріння. Сучасний етап взаємодії між країнами характеризується активною підтримкою Польщею євроінтеграційних прагнень України, сприяючи її входженню в політичні та економічні структури. Важливим аспектом цього партнерства є підтримка Польщею територіальної цілісності України, зокрема в умовах російсько-української війни, виступаючи важливим партнером у наданні військової та гуманітарної допомоги. Відносини з Японією, хоч і не мають такої довгої історії, активно розвиваються на основі економічного партнерства та культурного обміну. Важливість двосторонніх взаємин демонструє підтримка Японією суверенітету України через надання фінансової допомоги та технічної підтримки в умовах повномасштабної війни, а також залученості до процесу накладання санкцій на росію. В україно-японських стосунках значна увага також приділяється питанням інфраструктури, охорони здоров'я та відновлення економіки України. Отже, співпраця України з Польщею та Японією є важливим інструментом для посилення позицій на міжнародній арені, забезпечення стабільності та залучення підтримки для післявоєнного відновлення країни.

Польське медіасередовище виявилось відкритим до інформації з України, але водночас — високочутливим до тем історичної пам'яті, що потребувало обережної тональності повідомлень. Японське ж медіасередовище є стриманим та інституціоналізованим, з домінуванням національних новинних агенцій та обмеженим місцем для емоційного наративу.

Обґрунтовано, що відмінності медіасередовищ вимагали від українських дипломатів кардинально різної стратегії: у Польщі — активної, насиченої публічними подіями та соціальними ініціативами; в Японії — стриманої, офіційної, з апеляцією до цінностей миру та стабільності.

Польський кейс характеризувався високим рівнем медійної активності, публічними акціями, подяками та флешмобами, що сприяло мобілізації громадянського суспільства. Японський кейс, навпаки, демонструє цінність «тихої сили»: дипломатія поваги, участь у форумах, співпраця з інституціями й медіа, але високої авторитетності.

Для подальшого удосконалення комунікаційних стратегій обидва посольства мають зосередити увагу на більш ефективному використанні місцевих культурних та історичних контекстів. У Польщі, враховуючи складні історичні відносини, посольство повинно продовжувати працювати над подоланням суперечностей, наголошуючи на спільних цінностях та стратегічному партнерстві. Залучення місцевих медіа та освітніх установ може допомогти зберегти та посилити підтримку з боку польського суспільства. У Японії важливо працювати над створенням чіткішої та доступнішої інформаційної стратегії для широкої аудиторії, зокрема через соціальні мережі та культурні події, що можуть стати ефективними інструментами для формування стійкої підтримки серед японців.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Андаліцька, І. (2023). Посол України відреагував на закид речника МЗС Польщі щодо Волинської трагедії. *UNIAN*. <https://www.unian.ua/world/posol-ukrajini-vidreaguvav-na-zakid-rechnika-mzs-polshchi-shchodo-volinskoji-tragediji-12263622.html>

Банахевич, Ю. (2022). У 1920-му УНР і Польща захистили Європу від більшовиків, сьогодні разом зможемо захистити її від російської агресії. *Укрінформ*. <https://www.ukrinform.ua/rubric-polytics/3530337-vasil-zvaric-nadzvicajnij-i-povnovaznij-posol-ukraini-v-polsi.html>

Банахевич, Ю. (2023). У польському суспільстві є усвідомлення, що українці зараз захищають також і Польщу. Інтерв'ю Надзвичайного і Повноважного Посла України в Польщі Василя Зварича. *Укрінформ*. <https://www.ukrinform.ua/rubric-world/3737895-vasil-zvaric-nadzvicajnij-i-povnovaznij-posol-ukraini-v-polsi.html>

Банахевич, Ю. (2024). Варшава і Прага перебувають в авангарді допомоги Україні та захисту міжнародного права. *Укрінформ*. <https://www.ukrinform.ua/rubric-world/3888511-vasil-zvaric-posol-ukraini-v-ceskij-respublici.html>

Бондар, Г. (2022). Японія вперше в історії надає Україні засоби захисту для Збройних Сил. *UNIAN*. <https://www.unian.ua/politics/yaponiya-vpershe-v-istoriji-peredaye-ukrajinizasobi-zahistu-dlya-zbroynih-sil-novini-ukrajina-11734966.html>

Варшавська декларація з протидії дезінформації. (2023). <https://webportal.nrada.gov.ua/varshavska-deklaratsiya-z-protydiyi-dezinformatsiyi/>

Висоцький, О. Ю. (2020). *Публічна дипломатія: конспект лекцій. Частина I*. Дніпро : СПД «Охотнік». 56 с.

Гетьман, А., & Захарченко, Ю. (2022). Можливості, співпраця та загроза вторгнення РФ: посол Японії в Україні про відносини країн. <https://fakty.com.ua/ua/ukraine/polituka/20220126-mozhlyvosti-spivpraczya-ta-zagroza-vtorgnennya-rf-posol-yaponiyi-v-ukrayini-pro-vidnosyny-krayin/>

Глуховський, М. (2024). Посол Сергій Корсунський: Японці стали на наш бік, коли побачили, що росіяни брешуть. 2024. <https://glavcom.ua/longreads/posol-serhij-korsunskij-japontsi-stali-na-nash-bik-koli-pobachili-shcho-rosijani-brekhali-978003.html>

Грантова угода для Програми екстреного відновлення (Фаза 2) між Японським агентством Міжнародного співробітництва та Урядом України. (б. д.). https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/392_002-23#Text

Ерман, Г. (2023). Союзник № 1 в Азії? Як особливе партнерство з Японією може допомогти перемозі та відбудові України. *BBC NEWS Україна*. <https://www.bbc.com/ukrainian/articles/c6pqmn92g3lo>

Загірний, О. В. (2021). Медіатизація політики як чинник демократичного транзиту. *Політикус : науковий журнал*, (2). 32–36.

Зеленюк, Х. (2020). Автівки, тютюн, мед і солодощі: посол розповів про товарообіг між Україною і Японією. *ТСН.ua*. <https://tsn.ua/groshi/avtivki-tyutyun-med-i-solodoschi-posol-rozpoviv-pro-tovaroobig-mizh-ukrayinoyu-i-yaponiyeyu-1656560.html>

Кобильник, В. (2011). Порівняльний метод як основа політологічного дослідження. *Політологічні студії*, (2), 54–60.

Коник, Д. (2016). Роль стратегічної комунікації в забезпеченні підтримки населенням реформ уряду. 36-43 <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/92ce9332-3015-40ad-a3cb-8d2cf9161130/content>

Корсунський, С. (2022). Інформаційна складова війни: як Росія намагається послабити підтримку Заходу. *Радіо Свобода*.
<https://www.radiosvoboda.org/a/informatsiyna-viyna-rosiyskyy-vplyv/31811302.html>

Кубко, В. (2022). Культурна дипломатія в системі стратегічних комунікацій України. *Вісник Львівського університету. Серія філос.-політолог. студії*, (45), 125–134.

Кукалець, О. (2020). Публічна дипломатія в теорії міжнародних відносин. *Наукові записки студентів та аспірантів*, (5), 141–147.

Мигаль, М. (2023). Страйк на кордоні: посол Зварич звернувся до польських перевізників. *Главком*. <https://glavcom.ua/country/politics/strajk-na-kordoni-posol-zvarich-zvernuvsja-do-polskikh-pereviznikiv-966842.html>

Міністерство культури та стратегічних комунікацій. (2024). Україна та Японія домовилися про посилення співпраці у сфері стратегічних комунікацій. <https://mcsc.gov.ua/news/ukrayina-ta-yaponiya-domovylysya-pro-posylennya-spivpraczi-u-sferi-strategichnyh-komunikaczij/>

Міністерство культури та стратегічних комунікацій. (2024). Відбулась зустріч т. в. о. Міністра культури та інформаційної політики України Ростислава Карандєєва з командою Японського агентства міжнародного співробітництва JICA. *Міністерство культури та стратегічних комунікацій*. <https://mcsc.gov.ua/gallery/vidbulas-zustrich-t-v-o-ministra-kultury-ta-informaczijnoyi-polityky-ukrayiny-rostyslava-karandyeyeva-z-komandoyu-yaponskogo-agentstva-mizhnarodnogo-spivrobitnyctva-jica/>

Міністерство культури та стратегічних комунікацій. (2024). Японія продовжуватиме всебічну підтримку України, зокрема в сфері культури та медіа. *Міністерство культури та стратегічних комунікацій*. <https://mcsc.gov.ua/news/yaponiya-prodovzhuvatyme-vsebichnu-pidtrymku-ukrayiny-zokrema-v-sferi-kultury-ta-media/>

Мусаєва, С. (2023). Посол України в Японії Корсунський: Водій сміттєвоза привіз нам 10 тисяч єн з написом «Не здавайтеся Росії». *Українська правда*. <https://www.pravda.com.ua/articles/2023/12/28/7434853/>

Офіційний акаунт Василя Зварича у Х. https://x.com/Vasyl_Zvarych

Павлиш, О. (2024). Фінансова допомога Україні від Японії перевищила \$4,5 мільярда – Шмигаль. *Економічна правда*. <https://www.epravda.com.ua/news/2024/02/2/709483/>

Павлюк, О. (2022). Українці у Варшаві подякували Польщі за гостинність і допомогу. *Суспільне*. <https://suspilne.media/244554-ukrainci-u-varsavi-podakuvali-polsi-za-gostinnist-i-dopomogu/>

Павлюх, М. В., & Кушней, С. Р. (2022). Публічна дипломатія як тренд у сучасних політичних відносинах: процеси трансформації. *Політичне життя*, (4), 122–127.

Повернення Курильських островів, як Путін підставив Сі Цзіньпіна та падіння останньої імперії зла: інтерв'ю з Сергієм Корсунським. (2022). *ТСН. Ексклюзив*. <https://tsn.ua/exclusive/povernennya-kurilskih-ostroviv-yak-putin-pidstaviv-si-czinpina-ta-padinnya-ostannoyi-imperiyi-zla-interv-yu-z-sergiyem-korsunskim-2123377.html>

Посольство України в Республіці Польща. <https://poland.mfa.gov.ua/>

Посольство України в Японії. (2024). Поточний стан економічного співробітництва. <https://japan.mfa.gov.ua/spivrobitnictvo/264-torgovelyno-ekonomichne-spivrobitnictvo/potochnij-stand-ekonomichnogo-spivrobitnictva>

Сендецький, А. (2023). Культурна дипломатія ХХІ ст. України і Польщі: спільні та відмінні ознаки. *Україна та Європа. культура в глобальних викликах сьогодення*, (2), 124–127.

Слово і Діло. (2023). Як змінювалися обсяги торгівлі України та Польщі. <https://www.slovoidilo.ua/2023/04/14/infografika/ekonomika/yak-zminyuvalysya-obsyahy-torhivli-ukrayiny-ta-polshhi>

Стародубська, М. (2023). *Як зрозуміти українців. Кроскультурний погляд*. Vivat.

Стратегія публічної дипломатії Міністерства закордонних справ України на 2021-2025 роки.

<https://mfa.gov.ua/storage/app/sites/1/%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%97/public-diplomacy-strategy.pdf>

Тороп, О. (2022). Росія може обстріляти Польщу, до цього треба бути готовим – Дешиця. *BBC News Україна*. <https://www.bbc.com/ukrainian/features-61515926>

Укрінформ. (2022). У 2022 році Посольство України в Японії отримало мільйон єн від одного з районів Токіо для допомоги українським біженцям. *Укрінформ*. <https://www.ukrinform.ua/rubric-uarazom/3444473-posolstvo-ukraini-v-aponii-otrimalo-miljon-en-vid-odnogo-z-rajoniv-tokio.html>

Шуляк, А. (2019). Стратегічні комунікації в міжнародних відносинах (Рецензія на книгу: Стратегічні комунікації в міжнародних відносинах: монографія). *Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії*, (1), 147-150.

Яковлев, М. (2011). Застосування кейс-стаді як методу політичних досліджень: спроба типологізації. *Наукові записки НаУКМА. Т. 121: Політологічні науки*, 13-16.

Abazari, Z., & Brojeni, M. (2017). The role of Harold Lasswell communication theory in librarianship and Information Science. *International Academic Journal of Humanities*, (2), 82-94.

Alston, C. (2017). Service Standards in Higher Education: Lasswell's Communication Model as a Training Tool. *International Journal of Higher Education Research*.

Berger, A. (2018). *Media and communication research methods: An introduction to qualitative and quantitative approaches*. Sage Publications.

Brodzińska-Mirowska, B., & Wojtkowski, Ł. (2017). Is There Any Future for Research on the Mediatization of Politics? *Dynamics Of Mediatization: Institutional Change and Everyday Transformations in a Digital Age*, 137-153.

Chaturvedi, R. (2017). Measuring Soft Power. https://www.researchgate.net/publication/314141900_Measuring_Soft_Power

Cultural Atlas. (2017). Polish Culture. <https://culturalatlas.sbs.com.au/polish-culture>

Dormer, R. (2018). The impact of constructivism on international relations theory: a history. *Kwansei Gakuin University social sciences review*, (2), 51-64.

Fedchenko, S. (2024). Sofiia Fedchenko on LinkedIn: As Head of the International Relations and Communications Department of... *LinkedIn*. https://www.linkedin.com/posts/sofia-fedchenko_as-head-of-the-international-relations-and-activity-7250092750564425729-FM0S/

Getmanchuk, A. (2021). Ukraine-Japan: How To Secure An Effective Global Partnership? *New Europe Center*, 1–25.

Hirano, T. (2021). How To Rebrand Ukraine In Japan And Vice Versa? *New Europe Center*, 4–16.

Hosaka, S. (2023). Ukraine's Agency in Japanese Discourse: Everything Ok With Government and People, While Academia in Trouble. *Journal of Regional Security*, (8), 47–58.

Kostrzewa, K. (2024). Ambasador Ukrainy w Polsce odwołany. Szef sejmowej komisji spraw zagranicznych o decyzji Zełenskigo. <https://www.pap.pl/aktualnosci/ambasador-ukrainy-w-polsce-odwolany-szef-sejmowej-komisji-spraw-zagranicznych-o-decyzji>

Kriesi, H., Lavenex, S., Esser, F., Matthes, J., Bühlmann, M., & Bochsler, D. (2013). *Democracy in the Age of Globalization and Mediatization*. Palgrave Macmillan.

Kusumalatha, D. V. (2023). Extension Communication Models and Strategies. *Advances in Agricultural Extension*, (9), 41-58.

Leonard, M., Stead, C., & Smewing, C. (2002). *Public Diplomacy*. The Foreign Policy Centre. <https://fpc.org.uk/wp-content/uploads/2006/09/35.pdf>

Lijphart, A. (1971). Comparative politics and the comparative method. *American Political Science Review*, 65(3), 682–693.

Mengshu, Z. (2020). A brief overview of Alexander Wendt's constructivism. *E-International Relations*. <https://www.e-ir.info/2020/05/19/a-brief-overview-of-alexander-wendts-constructivism/>

Menok, D. (2024). Зварич: польські фермери не мають причин для ескалації протесту на кордоні. <https://www.pap.pl/ua/ukrainian/news/zvarich-polski-fermeri-ne-mayut-prichin-dlya-eskalacii-protestu-na-kordoni>

Militarniy. (2024). Польща розкрила значні об'єми допомоги Україні. <https://mil.in.ua/uk/news/polshha-rozkryla-znachni-ob-yemy-dopomogy-ukrayini/>

NHK World. (2023). Посол України в Японії поспілкувався з NHK напередодні саміту. *NHK World Japan*. <https://www3.nhk.or.jp/nhkworld/uk/information/202305180600/>

Nye, J. (2004). *Soft power. The means to success in world politics*. Public Affairs.

Nye, J. (2017). Soft power: the origins and political progress of a concept. *Palgrave communications*, (1), 1-3.

Polskie Radio. (2022). Польське радіо провело концерт «Матері – матерям, Матері Польщі для матерів України». *Polskie Radio*. <https://www.polskieradio.pl/398/7856/artykul/2954257>

Ruler, Van B. (2004). The communication grid: an introduction of a model of four communication strategies. *Public relations review*, (2), 123-143.

Skwirowski, P. (2024). Handel między Polską i Ukrainą. Który kraj na nim lepiej wychodzi? *Rzeczpospolita*. <https://www.rp.pl/dane-gospodarcze/art39935541-handel-miedzy-polska-i-ukraina-ktory-kraj-na-nim-lepiej-wychodzi>

Stanley, R. H., & Steinberg, C. S. (1976). *The Media Environment: Mass Communications in American Society*. Hastings House.

Strömbäck, J., & Esser, F. (2014). Mediatization of politics: Towards a theoretical framework. *Mediatization of politics: Understanding the transformation of Western democracies*. Palgrave Macmillan UK, 3-18.

Supernak, P. (2023). Krytyka po wpisie ambasadora Ukrainy ws. Wołynia. „W Izraelu byłby persona non grata”. *Wprost*. <https://www.wprost.pl/kraj/11303056/krytyka-po-wpisie-ambasadora-ukrainy-ws-wolynia-w-izraelu-bylby-persona-non-grata.html>

Szczepanska, K., Barbasiewicz, O., & Voytsekhovska, V. (2024). Responding to the crisis: Japan's changing foreign policy and ODA to Ukraine (2014–2023). *The Pacific Review*. <https://doi.org/10.1080/09512748.2024.2369191>

Theys, S. (2018). Introducing Constructivism in International Relations Theory. *E-International Relations*. <https://www.e-ir.info/2018/02/23/introducing-constructivism-in-international-relations-theory/>

White House. (2023). G7 Leaders' statement on Ukraine. *The White House*. <https://www.whitehouse.gov/briefing-room/statements-releases/2023/05/19/g7-leaders-statement-on-ukraine/>

ДОДАТКИ

Додаток А



Фото: Посол України в Японії Сергій Корсунський з булавою
Джерело: офіційна сторінка Сергія Корсунського в X (Twitter)

АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційної роботи

Тема: «Адаптація комунікаційних кампаній українських посольств у Польщі та Японії до локальних медіасередовищ у 2022-2023 роках».

Студентки Макаренко Ірини Дмитрівни

4 рік навчання, Факультет соціальних наук і соціальних технологій.

Науковий керівник Соловей Г. С., к.філос.н., доцент кафедри міжнародних відносин Національного університету "Києво-Могилянська Академія".

Рецензент

Захищена “_____” _____ 2025 р.

Короткий зміст роботи

Кваліфікаційна робота присвячена аналізу адаптації комунікаційних кампаній українських посольств у Польщі та Японії до локальних медіасередовищ у 2022-2023 роках. У межах дослідження розглянуто історичні та сучасні аспекти дипломатичних відносин України з обома країнами, а також розкрито особливості їхніх медіасередовищ. Здійснено порівняльний аналіз прикладів адаптації стратегічних комунікацій українських посольств у Польщі та Японії. Дослідження виявляє залежність ефективності комунікаційних стратегій від рівня контекстуальної чутливості змісту та форми повідомлень до медіасередовищ досліджуваних країн. Результати дослідження мають практичну цінність для вдосконалення наявних підходів української публічної дипломатії й формують підґрунтя для створення більш гнучких та ефективних комунікаційних стратегій українських дипломатичних представництв у майбутньому.

Ключові слова: публічна дипломатія, комунікаційна стратегія, комунікаційна кампанія, медіасередовище, українське посольство, Польща, Японія

Short summary

The qualification thesis is dedicated to analyzing the adaptation of communication campaigns conducted by Ukrainian embassies in Poland and Japan to local media environments in 2022–2023. The study examines both historical and current aspects of Ukraine's diplomatic relations with these countries and explores the specific features of their media landscapes. A comparative analysis of selected cases of strategic communication adaptation by the Ukrainian embassies in Poland and Japan has been carried out. The research reveals that the effectiveness of communication strategies depends significantly on the level of contextual sensitivity — namely, the extent to which the content and form of messages are tailored to the media environments of the target countries. The findings have practical value for enhancing current approaches to Ukraine's public diplomacy and provide a foundation for developing more flexible and effective communication strategies for Ukrainian diplomatic missions in the future.

Keywords: public diplomacy, communication strategy, communication campaign, media environment, Embassy of Ukraine, Poland, Japan