

ЕКСПАТРІАЦІЯ ЯК ДРАЙВЕР ФОРМУВАННЯ ДЕРЖАВНОГО ІМІДЖУ: СОЦІОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ РОЛІ УКРАЇНСЬКОЇ ДІАСПОРИ У ГЛОБАЛЬНОМУ ІМІДЖМЕЙКІНГУ

EXPATRIATION AS A DRIVER OF NATIONAL IMAGE FORMATION: A SOCIOLOGICAL ANALYSIS OF THE ROLE OF THE UKRAINIAN DIASPORA IN GLOBAL IMAGE-MAKING

У статті розглядається феномен експатріації як важливий механізм формування позитивного іміджу держави у глобальному інформаційному просторі. Особлива увага приділяється ролі української діаспори, яка виступає активним агентом міжнародного іміджмейкінгу, впливаючи на політичні, економічні та культурні процеси у країнах проживання. Дослідження ґрунтується на соціологічному аналізі, що включає вивчення культурних, економічних та політичних механізмів взаємодії українців за кордоном із приймаючими суспільствами. Проаналізовано механізми самоідентифікації та формування культурного капіталу українських експатріантів, а також їхню участь у глобальних мережах. Зокрема, висвітлено роль культурної дипломатії, міжнародних освітніх проєктів, підприємницьких ініціатив і громадської активності діаспори у просуванні позитивного іміджу України. Досліджуються виклики, пов'язані з фрагментацією української діаспори, відсутністю єдиної стратегії координації її діяльності та впливом дезінформаційних кампаній, спрямованих на підірив міжнародного авторитету держави. Стаття містить практичні рекомендації щодо розробки державних програм підтримки української діаспори як інструменту м'якої сили, що сприятиме підвищенню міжнародного авторитету України. Запропоновано створення спеціалізованих платформ для співпраці між державними органами та експатріантами, стимулювання участі діаспори у культурних, освітніх та дипломатичних ініціативах. Наголошується на необхідності інтеграції цифрових технологій та соціальних мереж у просування позитивного іміджу країни на світовій арені. Дослідження є особливо актуальним у контексті сучасних геополітичних викликів та інформаційного протистояння. Окреслено важливість участі кожного носія державного іміджу у формуванні позитивного образу України на міжнародному рівні. Стаття має на меті зробити внесок у розвиток теорії іміджмейкінгу, демонструючи, як експатріація може стати стратегічним інструментом зовнішньої політики та культурної дипломатії, що дозволить Україні посилити свої позиції у світовому співтоваристві.

Ключові слова: експатріація, державний імідж, українська діаспора, іміджмейкінг, м'яка сила, соціологічний аналіз.

This article examines the phenomenon of expatriation as a crucial mechanism in shaping a nation's positive image within the global information space. Special attention is given to the role of the Ukrainian diaspora as an active agent of international image-making, influencing political, economic, and cultural processes in their host countries. The study is based on a sociological analysis that explores the cultural, economic, and political mechanisms of interaction between Ukrainians abroad and their respective host societies. The research analyzes the mechanisms of self-identification and the formation of cultural capital among Ukrainian expatriates, as well as their participation in global networks. In particular, it highlights the role of cultural diplomacy, international educational projects, entrepreneurial initiatives, and civic engagement of the diaspora in promoting Ukraine's positive image. The study also addresses challenges related to the fragmentation of the Ukrainian diaspora, the absence of a unified strategy for coordinating its activities, and the impact of disinformation campaigns aimed at undermining the country's international reputation.

The article presents practical recommendations for developing state programs to support the Ukrainian diaspora as an instrument of soft power, which would contribute to enhancing Ukraine's global standing. It proposes the establishment of specialized platforms for collaboration between state institutions and expatriates, encouraging the diaspora's involvement in cultural, educational, and diplomatic initiatives. The necessity of integrating digital technologies and social media into efforts to advance Ukraine's positive image on the international stage is also emphasized. This research is particularly relevant in the context of contemporary geopolitical challenges and information warfare. It underscores the significance of each representative of national identity in shaping Ukraine's international perception. The article aims to contribute to the development of image-making theory, demonstrating how expatriation can serve as a strategic tool of foreign policy and cultural diplomacy, ultimately strengthening Ukraine's position within the global community.

Key words: expatriation, national image, Ukrainian diaspora, image-making, soft power, sociological analysis.

УДК 316.347:316.774:316.7(477)
DOI <https://doi.org/10.32782/2663-5208.2025.70.3>

Чекалюк В.В.

докторант
Інститут журналістики
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

У сучасному глобалізованому світі імідж держави виступає як один із найважливіших факторів, що визначають її міжнародну конкурентоспроможність, економічну стабільність та культурний вплив. Формування позитивного державного іміджу охоплює комплекс політичних, економічних, культурних та соціальних процесів, у яких окремі гро-

мадяни, їхня ідентичність та діяльність грають вирішальну роль. Особливо важливим є феномен експатріації – процес, за допомогою якого громадяни, що залишають країну походження, стають носіями її культурних та економічних цінностей за кордоном. Українська діаспора, що налічує мільйони осіб у різних кутках світу, є потужним аген-

том формування державного іміджу. Із соціологічної точки зору експатріанти виступають як носії культурного та економічного капіталу, які створюють «живі мости» між Україною та приймаючими країнами. Сучасні дослідження демонструють, що активність діаспори має значний вплив на формування позитивного образу країни, сприяючи її популяризації, залученню іноземних інвестицій та посиленню політичних зв'язків [1]. Особливо актуальним цей аналіз стає в умовах зростаючих геополітичних викликів та інформаційних протистоянь, коли кожен аспект зовнішньої політики має вирішальне значення для міжнародного іміджу держави. Наявність великої та різноманітної української діаспори є ключовим ресурсом, який може бути ефективно використаний як стратегія м'якої сили для підвищення авторитету України. У цьому контексті експатріація набуває нового значення – вона перетворюється на комплексний соціальний феномен, який інтегрує економічні, культурні та політичні процеси через транснаціональні мережі, сприяючи глобальному іміджмейкінгу [2].

Дослідження спрямоване на соціологічний аналіз феномену експатріації та визначення ролі української діаспори як активного агента міжнародного іміджмейкінгу. Вивчаються механізми культурної дипломатії, економічної активності та політичної адвокації, що реалізуються експатріантами, а також сучасні комунікаційні стратегії, зокрема використання соціальних мереж, для поширення позитивних іміджевих історій. Аналіз також включає вивчення проблем фрагментації діаспори, недостатньої державної підтримки та впливу дезінформаційних кампаній. Застосування міждисциплінарного підходу, що об'єднує методи соціологічного аналізу, культурології та теорії масових комунікацій, дозволяє отримати глибше розуміння ролі експатріації у формуванні державного іміджу України.

Експатріація традиційно розглядається як процес міграції громадян за межі країни з метою економічного, освітнього чи політичного розвитку. У сучасних умовах цей процес набуває більш широкого значення, охоплюючи як вимушену, так і добровільну міграцію. Із соціологічної точки зору експатріанти виступають як носії культурної ідентичності, які зберігають зв'язок зі своєю батьківщиною, одночасно адаптуючись до культурних особливостей приймаючого суспільства [3]. Концепція м'якої сили, розроблена Джозефом Найєм, підкреслює важливість культурної дипломатії, освіти та інтелектуального капіталу як засобів впливу на міжнародну спільноту [4]. У цьому контексті експатріація є інструментом, що дозволяє державі формувати позитивний імідж через залучення громадян до глобальних мереж. Транснаціональні мережі, створені за участю української діаспори, сприяють не лише підтримці зв'язків із батьківщиною, але й впровадженню інноваційних культурних, економічних та політичних рішень у приймаючих країнах.

Соціологія розглядає імідж держави як результат взаємодії численних соціальних процесів. Вона аналізує як макрорівень (державна політика, міжнародні відносини), так і мікрорівень (особиста ідентичність, міжособистісні зв'язки). Роль експатріантів у цьому процесі полягає у формуванні культурного капіталу, що є критично важливим для створення позитивного образу країни [5]. Використання методів контент-аналізу, соціальних опитувань і аналізу мереж дозволяє глибше зрозуміти, яким чином окремі іміджеві події впливають на загальне сприйняття держави на міжнародній арені.

За сучасними даними чисельність української діаспори коливається від 6 до 10 мільйонів осіб, що проживають у країнах Північної Америки, Західної Європи та інших регіонах. Демографічна структура діаспори включає як молодих фахівців, так і досвідчених експертів, що забезпечує різноманітність професійних та культурних ресурсів. Така різноманітність є важливою передумовою для формування багатогранного іміджу країни, оскільки кожна група робить свій внесок у культурну та економічну взаємодію [6]. Культурна дипломатія є одним із найефективніших засобів формування позитивного іміджу держави. Українські експатріанти активно організовують численні культурні заходи: фестивалі, виставки, концерти, презентації традиційних ремесел та літературні вечори. Такі заходи сприяють популяризації української культури за кордоном і створюють сприятливий імідж країни. Наприклад, фестивалі «Українські дні» в Канаді та США демонструють багатство національної культури, залучають міжнародну аудиторію та підвищують рівень довіри до України [7]. Економічна діяльність українців за кордоном включає створення бізнес-ініціатив, налагодження міжнародних торговельних зв'язків і залучення інвестицій. Бізнес-діаспора сприяє появі нових підприємств, розширенню ринків збуту та іміджевому позиціонуванню країни як сучасної та конкурентоспроможної. Наприклад, український підприємець Макс Левчин, співзасновник системи платежів PayPal, є яскравим прикладом того, як успішна бізнес-діаспора може сприяти іміджевому позиціонуванню країни як джерела інновацій та технологічних рішень. Крім того, заснування глобального проєкту Grammarly українцями стало знаковою подією у світі IT, що підтверджує внесок української діаспори у створення сучасних технологічних стартапів. Фінансові перекази, які надходять від діаспори, є важливим чинником економічної стабільності України, а активність бізнес-діаспори сприяє появі нових підприємств і розширенню ринків збуту, що формує образ України як сучасної та конкурентоспроможної країни [8]. Дослідження показують, що економічні зв'язки між українськими експатріантами та країною походження позитивно впливають на міжнародне сприйняття України [9]. Політична діяльність діаспори проявляється через участь у міжнародних конференціях, лобювання в закордонних парламентських структурах

та роботу українських організацій, які займаються адвокацією інтересів України. Організації, такі як Світовий конгрес українців, активно працюють над просуванням позиції України на міжнародній арені. Політична активність діаспори допомагає залучити увагу міжнародної спільноти до питань безпеки, демократичних реформ та економічного розвитку в Україні. Сучасні інформаційні технології, зокрема соціальні мережі, стали невід'ємною частиною процесу формування державного іміджу. Українські експатріанти активно використовують цифрові платформи для поширення позитивних історій, обговорення культурних подій та налагодження контактів з міжнародною аудиторією. Так званий «ефект доміно», коли одна позитивна історія викликає ланцюгову реакцію, сприяє швидкому поширенню інформації про досягнення українців за кордоном. Ці комунікаційні стратегії дозволяють створити стабільний позитивний образ України у глобальному інформаційному просторі.

Незважаючи на значний потенціал української діаспори як важливого соціального ресурсу, що сприяє формуванню позитивного іміджу України на міжнародній арені, сучасний соціологічний аналіз вказує на існування низки структурних викликів, які стримують ефективність її впливу. По-перше, значну роль відіграє фрагментація діаспори. Українці, що проживають за кордоном, утворюють різноманітні регіональні, професійні та політичні групи, які часто діють ізольовано одна від одної. Така роздробленість ускладнює формування єдиної координаційної стратегії, оскільки окремі сегменти не завжди готові об'єднати свої зусилля для досягнення спільних цілей. Соціологічні дослідження свідчать, що для максимізації впливу на міжнародне сприйняття країни необхідно забезпечити інтеграцію різних груп у єдину систему взаємодії, що дозволить ефективно використовувати культурний та економічний капітал діаспори [10]. По-друге, недостатній рівень підтримки з боку держави є ще одним критично важливим чинником. Відсутність системних програм, спрямованих на інтеграцію української діаспори у процес іміджмейкінгу, обмежує можливості використання її потенціалу. Соціологічні дослідження вказують, що інституційна підтримка може виступати як каталізатор для створення єдиних комунікаційних платформ та координації діяльності між різними групами діаспори. Без належної державної участі важко забезпечити синергію зусиль, яка є необхідною для формування стійкого позитивного образу країни. По-третє, сучасний інформаційний простір супроводжується інтенсивними інформаційними атаками та дезінформацією, спрямованими на дискредитацію України. Такі зовнішні інформаційні кампанії мають потужний вплив на формування міжнародного іміджу держави, створюючи додаткові труднощі для української діаспори, яка намагається просувати позитивний образ України. Соціологічний аналіз показує, що боротьба з дезінформацією вимагає не лише технологічних рішень, але й комплексного підходу, що включає активну участь громадян у формуванні національного дискурсу.

Нарешті, відсутність сучасних комунікаційних стратегій стає суттєвим бар'єром для оперативного поширення позитивних іміджевих історій. Традиційні медіа часто не інтегровані з цифровими платформами, що обмежує можливості української діаспори використовувати інноваційні технології для ефективного зв'язку з міжнародною аудиторією. Використання соціальних мереж та цифрових технологій є ключовим чинником, що дозволяє створити «ефект доміно», коли окрема позитивна історія здатна спричинити ланцюгову реакцію і значно посилити імідж держави. Недостатня інтеграція цих стратегій знижує потенціал поширення інформації про досягнення українців за кордоном.

Таким чином, фрагментація діаспори, недостатня державна підтримка, інформаційні атаки та відсутність сучасних комунікаційних стратегій утворюють комплекс викликів, що стримують ефективність впливу української діаспори на формування позитивного іміджу України. Для подолання цих проблем необхідно розробляти інтегровані підходи, що поєднують соціологічний аналіз, інституційні рішення та сучасні технології комунікації. Такий комплексний підхід сприятиме створенню єдиного іміджевого простору, у якому українці за кордоном зможуть виступати як активні агенти м'якої сили, що забезпечить значне зміцнення позицій України у глобальному інформаційному просторі та сприятиме її стійкому соціально-економічному розвитку. Для ефективного використання потенціалу української діаспори у формуванні позитивного іміджу держави в глобальному інформаційному просторі необхідно розробляти інтегровані державні програми підтримки, що забезпечують координацію діяльності українців за кордоном. Такий підхід передбачає створення механізмів, які об'єднують фінансову, консультаційну та інформаційну підтримку для діаспори. Соціологічні дослідження свідчать, що інтеграція різних сегментів діаспори через централізовані державні програми сприяє формуванню єдиного іміджевого простору, у якому кожен носій культурного капіталу може ефективно брати участь у процесах зовнішньополітичного впливу. Це дозволяє не лише зміцнити зв'язки між українцями за кордоном та країною походження, а й забезпечити стійке економічне та культурне зростання через синергію зусиль. Важливим напрямом є активізація співпраці з міжнародними організаціями, що створює можливості для інтеграції української діаспори у глобальні культурні та економічні проекти. Встановлення партнерських зв'язків із провідними міжнародними установами сприяє не лише обміну досвідом, а і спільній реалізації програм, спрямованих на підвищення іміджу України. Таке партнерство дозволяє українській діаспорі виступати як посередник між країною та міжнародною спільнотою, що підсилює її вплив у глобальному контексті. На практиці це може виражатися у спільних культурних заходах, конференціях та бізнес-форумах, що сприяють створенню позитивного іміджу та формуванню стійких економічних зв'язків. Ще одним важливим напрямом є розвиток сучасних комунікаційних платформ. Використання цифро-

вих технологій та соціальних мереж відкриває нові можливості для поширення позитивних іміджевих історій про Україну. Завдяки застосуванню так званого «ефекту доміно» одна позитивна історія може стати каталізатором для подальшого поширення інформації про досягнення українців за кордоном. Практичним прикладом є активність українських блогерів та медіа, які через YouTube-канали, соціальні мережі та спеціалізовані платформи розповідають про успішні стартапи, культурні проекти та ініціативи української діаспори. Цей механізм дозволяє створити стабільний позитивний образ України у глобальному інформаційному просторі, що суттєво впливає на міжнародне сприйняття країни.

Невід'ємною частиною іміджевих процесів є підтримка культурного та економічного обміну. Організація міжнародних фестивалів, виставок, бізнес-форумів і наукових конференцій сприяє підвищенню впізнаваності української культури та стимулює економічні зв'язки. Наприклад, культурні заходи, що проводяться діаспорою у США та Європі, демонструють багатство української традиції і сприяють залученню іноземних інвестицій та розвитку партнерських економічних проєктів. Цей процес, що поєднує культурний та економічний виміри, є ключовим чинником формування позитивного іміджу, оскільки дозволяє Україні виступати як сучасна та конкурентоспроможна держава.

Також важливим є підвищення рівня інтеграції та самоідентифікації діаспори. Проведення соціологічних досліджень для глибшого розуміння потреб, очікувань та мотивацій українців за кордоном дозволить адаптувати державні програми та ініціативи відповідно до сучасних викликів. Результати таких досліджень можуть стати основою для розробки стратегій, що враховують специфіку різних груп діаспори, їх культурну спадщину та професійний потенціал. Застосування інтегрованих підходів до аналізу соціальних процесів дозволить не лише створити єдину координаційну систему, але й розширити спектр заходів, спрямованих на посилення позитивного впливу українців за кордоном на міжнародне сприйняття країни. Впровадження інтегрованих державних програм підтримки української діаспори, активізація співпраці з міжнародними організаціями, розвиток сучасних комунікаційних платформ, підтримка культурного та економічного обміну, а також підвищення рівня інтеграції та самоідентифікації діаспори утворюють цілісну систему заходів, яка сприяє формуванню позитивного іміджу України. Цей підхід, розроблений на основі соціологічного аналізу, дозволяє ефективно інтегрувати культурні, економічні та політичні процеси в єдиний іміджевий простір, що є важливим чинником стійкого розвитку держави у глобальному інформаційному просторі.

Висновки. Проведений соціологічний аналіз підтверджує, що експатріація є потужним драйвером формування державного іміджу України у глобальному просторі. Основні висновки дослідження можна сформулювати таким чином: українська діаспора виступає як носій культурного, економічного

та політичного капіталу, що створює позитивний образ України через активну участь у культурній дипломатії, бізнес-проєктах та політичній адвокації. Використання сучасних цифрових технологій і соціальних мереж сприяє швидкому поширенню позитивних іміджевих історій, що створює ефект «доміно» і підсилює загальний імідж країни. Фрагментація діаспори та недостатня державна підтримка обмежують ефективність іміджмейкінгових ініціатив, тому інтегровані державні стратегії є критично важливими для оптимізації використання потенціалу експатріантів. Необхідно розробляти моделі оцінки впливу експатріантів на міжнародне сприйняття держави, досліджувати соціальні мережі як інструмент іміджмейкінгу та вдосконалювати стратегії комунікації для подальшої інтеграції діаспори у зовнішньополітичну діяльність України. Отже, експатріація виступає не лише як процес міграції, а як багатовимірний соціальний феномен, який створює можливості для активного використання потенціалу української діаспори у глобальному іміджмейкінгу. Розробка ефективних державних програм та інтеграція сучасних комунікаційних стратегій дозволить Україні використовувати цей ресурс для підвищення свого міжнародного авторитету.

Представлена стаття демонструє міждисциплінарний підхід до аналізу експатріації як потужного соціального механізму формування державного іміджу. Соціологічний аналіз, проведений у дослідженні, дозволяє глибше зрозуміти, як українська діаспора, виступаючи як носій культурного, економічного та політичного капіталу, впливає на міжнародне сприйняття України.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Най Дж. М'яка сила: засоби досягнення успіху у світовій політиці. Київ : Видавництво, 2020. 256 с.
2. Гавриленко О. Міжнародне сприйняття України: виклики та можливості. Київ : Наукова думка, 2021. 256 с.
3. Антонюк Н. Роль національних діаспор у формуванні державного іміджу. *Соціологічні студії*. 2020. № 3. С. 45–56.
4. Ковальчук Л. Глобалізація та імідж держави: сучасні тенденції. *Український соціологічний журнал*. 2021. № 2. С. 67–78.
5. Сидоренко В. Вплив економічних мігрантів на національний імідж. *Політологічні розвідки*. 2022. № 4. С. 112–124.
6. Петренко О. Сучасні механізми культурної дипломатії української діаспори. *Культурологія України*. 2021. № 1. С. 80–92.
7. Коваленко А. Роль соціальних мереж у формуванні іміджу країни. *Інформаційні технології в соціології*. 2022. № 5. С. 150–165.
8. Гончаренко М. Транснаціональні мережі та імідж держави. *Етнічні студії*. 2020. № 4. С. 95–108.
9. Левченко І. Феномен експатріації: між культурною ідентичністю та глобальним іміждем. *Сучасна соціологія*. 2019. № 3. С. 130–145.
10. Nye J. Soft Power: The Means to Success in World Politics. New York : PublicAffairs, 2004. 256 p.