

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА
ГРІНЧЕНКА
ФАКУЛЬТЕТ ПРАВА ТА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН**

Кафедра міжнародних відносин

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

Освітня програма 291.00.01 «Суспільні комунікації»

**БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА
на тему:
КУЛЬТУРНА ДИПЛОМАТІЯ, ЯК СКЛАДОВА НАЦІОНАЛЬНОГО
БРЕНДИНГУ ФЕДЕРАТИВНОЇ РЕСПУБЛІКИ НІМЕЧЧИНА**

Студентки 4 курсу
денної форми навчання
Катуніної Дар'ї
Володимирівни

Науковий керівник:
докт. іст. наук,
професор,
професор кафедри
міжнародних відносин
Жалоба І.В.

Київ – 2026

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ	8
1.1. Стан наукової розробки проблеми та джерельна база дослідження	8
1.2. Понятійно-категоріальний апарат та методи дослідження	13
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ НАЦІОНАЛЬНОГО БРЕНДИНГУ ФЕДЕРАТИВНОЇ РЕСПУБЛІКИ НІМЕЧЧИНА.....	18
2.1. Історичні передумови формування національного бренду Федеративної Республіки Німеччина.....	18
2.2. Національний брендинг як інструмент формування іміджу Німеччини на міжнародній арені.....	22
2.3. Особливості моделі національного брендингу Німеччини	26
РОЗДІЛ 3. КУЛЬТУРНА ДИПЛОМАТІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ НАЦІОНАЛЬНОГО БРЕНДИНГУ ФРН.....	31
3.1 Інституційні механізми реалізації культурної дипломатії ФРН	31
3.2. Аналіз успішних кейсів культурної дипломатії Німеччини.....	36
3.3. Місце культурної дипломатії в сучасній стратегії національного брендингу ФРН.....	46
ВИСНОВКИ.....	51
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	56

ВСТУП

Актуальність теми. Сучасні трансформації міжнародних відносин, що супроводжуються посиленням конкуренції між державами за вплив у глобальному інформаційному просторі, зумовлюють зростання ролі нематеріальних ресурсів, серед яких культура посідає особливе місце, оскільки саме вона забезпечує формування довгострокового позитивного сприйняття держави за кордоном. В умовах гібридних викликів, інформаційного протистояння та зміни моделей міжнародної комунікації держави змушені переосмислювати інструменти зовнішньої політики, що, у свою чергу, актуалізує дослідження культурної дипломатії як складової ширшої стратегії національного брендингу. Федеративна Республіка Німеччина демонструє одну з найбільш розвинених і системних моделей використання культурного ресурсу у зовнішній політиці, що обумовлює необхідність глибокого аналізу її досвіду, оскільки він поєднує історичні традиції, інституційну сталість і сучасні інноваційні підходи. З огляду на це, дослідження механізмів взаємодії культурної дипломатії та національного брендингу набуває особливої значущості, адже дозволяє виявити ефективні інструменти формування міжнародного іміджу держави. У цьому контексті аналіз німецької моделі є важливим не лише з теоретичної, але й із прикладної точки зору, оскільки дає змогу адаптувати окремі елементи до інших національних практик.

Подальша актуалізація обраної теми зумовлюється тим, що процеси глобалізації та цифровізації суттєво трансформують канали комунікації між державами та суспільствами, унаслідок чого традиційні дипломатичні інструменти втрачають монополію на формування зовнішнього іміджу, тоді як культурна дипломатія набуває нових форм і масштабів впливу. Німеччина, яка активно використовує культурні інституції, освітні програми та медіаплатформи, формує комплексний і багатовимірний образ держави, що поєднує економічну потужність, культурну спадщину та інноваційний

потенціал, що потребує системного наукового осмислення. Водночас національний брендинг виступає не лише як інструмент просування позитивного іміджу, але й як стратегічний ресурс, що впливає на інвестиційну привабливість, туристичні потоки та політичну довіру, що посилює значення дослідження взаємозв'язку між брендингом і культурною дипломатією. Аналіз зазначених процесів у контексті діяльності Федеративної Республіки Німеччина дозволяє розкрити механізми формування ефективної комунікаційної політики держави. Це, у свою чергу, визначає необхідність комплексного підходу до вивчення зазначеної проблематики, що поєднує теоретичні та прикладні аспекти.

Окрім цього, важливість дослідження визначається потребою осмислення сучасних викликів, що постають перед культурною дипломатією в умовах політичної нестабільності, зростання ролі цифрових технологій та зміни моделей споживання культурного продукту, оскільки ці фактори безпосередньо впливають на ефективність формування національного бренду. Німецький досвід у цьому контексті є показовим, адже він демонструє здатність адаптувати традиційні інституції культурної дипломатії до нових умов, зберігаючи при цьому стратегічну цілісність і послідовність державної політики. Вивчення особливостей цієї моделі дозволяє визначити ключові фактори успішності національного брендингу, серед яких важливу роль відіграють інституційна координація, системність підходів і довгострокове планування. У цьому зв'язку дослідження культурної дипломатії як складової національного брендингу Федеративної Республіки Німеччина має не лише теоретичне значення, але й практичну цінність, оскільки сприяє формуванню ефективних стратегій зовнішньої комунікації. Таким чином, обрана тема відповідає сучасним науковим і практичним запитам та потребує ґрунтовного аналізу.

Мета дослідження – визначити роль культурної дипломатії у формуванні та реалізації національного брендингу Федеративної Республіки Німеччина.

Об’єкт дослідження – процес національного брендингу держави в умовах сучасних міжнародних відносин.

Предмет дослідження – механізми, інструменти та особливості реалізації культурної дипломатії як складової національного брендингу Федеративної Республіки Німеччина.

Завдання дослідження:

- розглянути стан наукової розробки проблеми та охарактеризувати джерельну базу дослідження;
- визначити понятійно-категоріальний апарат і методи дослідження;
- проаналізувати історичні передумови формування національного бренду Федеративної Республіки Німеччина;
- дослідити роль національного брендингу у формуванні міжнародного іміджу Німеччини;
- охарактеризувати модель національного брендингу Федеративної Республіки Німеччина;
- проаналізувати інституційні механізми реалізації культурної дипломатії Німеччини;
- здійснити аналіз сучасних кейсів культурної дипломатії та оцінити їхній вплив на національний бренд;
- визначити місце культурної дипломатії у сучасній стратегії національного брендингу Федеративної Республіки Німеччина.

Наукова новизна. У роботі здійснено комплексне дослідження культурної дипломатії як складової національного брендингу Федеративної Республіки Німеччина, при цьому уточнено змістовне наповнення взаємозв’язку між поняттями «культурна дипломатія» та «національний брендинг», що дозволило розкрити їхню інтегративну природу у системі сучасних міжнародних відносин. На відміну від існуючих підходів, у дослідженні обґрунтовано, що культурна дипломатія виступає не лише допоміжним інструментом зовнішньої політики, але й ключовим механізмом формування стійкого міжнародного іміджу держави, що забезпечує

довгостроковий ефект впливу. Уточнено особливості німецької моделі національного брендингу через призму поєднання культурних, освітніх та комунікаційних інструментів, що дозволяє розглядати її як системну та багаторівневу. Запропоновано підхід до аналізу інституційних механізмів культурної дипломатії, який базується на їх функціональній взаємодії у процесі формування бренду держави. Це дає змогу поглибити теоретичне розуміння ролі культурної дипломатії у сучасних глобальних процесах.

Подальший розвиток отримали положення щодо визначення ефективності культурної дипломатії у контексті національного брендингу, оскільки в роботі запропоновано оцінювати її не лише через кількісні показники діяльності інституцій, але й через якісні характеристики сприйняття держави на міжнародній арені. Удосконалено підходи до аналізу кейсів культурної дипломатії Федеративної Республіки Німеччина, що дозволило виявити їхній вплив на формування позитивного образу країни у різних регіонах світу. Розширено уявлення про роль культурних інституцій як провідників ціннісних орієнтирів держави, що формують її репутаційний капітал. Запропоновано інтерпретацію культурної дипломатії як стратегічного ресурсу «м'якої сили», що забезпечує інтеграцію держави у глобальний культурний простір. Це створює підґрунтя для подальших наукових досліджень у сфері публічної дипломатії та брендингу держав.

Практична значущість. Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості їх використання при розробці стратегій культурної дипломатії та національного брендингу держави, зокрема у процесі вдосконалення механізмів формування позитивного міжнародного іміджу. Запропоновані підходи до аналізу інституційних механізмів культурної дипломатії можуть бути застосовані у діяльності органів державної влади, що відповідають за реалізацію зовнішньої політики та міжнародної комунікації. Результати дослідження доцільно використовувати при підготовці аналітичних матеріалів, програм розвитку культурної дипломатії та міжнародного співробітництва. Вони також можуть слугувати основою для

адаптації успішних практик Федеративної Республіки Німеччина в інших країнах, з урахуванням їх національних особливостей. Це сприяє підвищенню ефективності державної політики у сфері формування міжнародного іміджу.

Окрім цього, матеріали дослідження можуть бути використані у навчальному процесі при викладанні дисциплін, пов'язаних із міжнародними відносинами, публічною дипломатією та комунікаційними стратегіями держави, оскільки вони систематизують сучасні підходи до національного брендингу. Практичні висновки можуть застосовуватись при розробці освітніх програм і тренінгів у сфері культурної дипломатії, що підвищує рівень підготовки фахівців у цій галузі. Отримані результати також можуть бути корисними для аналітичних центрів і організацій, що займаються дослідженням міжнародного іміджу держав. Вони сприяють формуванню комплексного бачення ролі культури у зовнішній політиці. Це підвищує прикладну цінність дослідження в умовах сучасних глобальних викликів.

Апробація. Матеріали дослідження було представлено 21 травня 2026 р. у секції «Публічна дипломатія країн світу» у рамках теми «Роль культурної дипломатії у національному брендингу Федеративної Республіки Німеччина» на студентській науковій конференції «Актуальні проблеми міжнародних відносин» Факультету права та міжнародних відносин КСУБГ.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1. Стан наукової розробки проблеми та джерельна база дослідження

Дослідження культурної дипломатії та національного брендингу Федеративної Республіки Німеччина посідає важливе місце у сучасній науковій думці, оскільки воно поєднує проблематику міжнародних відносин, комунікаційних стратегій та іміджевої політики держави, що формуються в умовах глобалізації та посилення інформаційного впливу. Наукові підходи до аналізу зазначених процесів охоплюють як теоретичні засади формування національного бренду, так і практичні механізми реалізації культурної дипломатії, що забезпечують позиціонування держави на міжнародній арені. У цьому контексті Аракелова І.О. та Лісютін А.І. визначають національний бренд як комплексне явище, що формується під впливом політичних, економічних і культурних чинників¹. Водночас Данкевич В. Є., Захаріна О. В. та Походенко В. М. підкреслюють значення брендингу як інструменту державного управління, що сприяє реалізації національних інтересів². Особливого значення набуває дослідження німецького досвіду, який характеризується системністю, інституційною розвиненістю та ефективністю використання інструментів «м'якої сили». Сучасні дослідження демонструють зростання інтересу до культурної складової зовнішньої політики як одного з ключових чинників формування позитивного міжнародного іміджу. Це зумовлює необхідність узагальнення наукових підходів і визначення рівня розробленості теми в сучасній науці.

Теоретичні основи національного брендингу та його роль у системі публічного управління досліджуються у працях, присвячених аналізу

¹ Аракелова І.О., Лісютін А.І. Формування національного бренду: теоретико-методичний аспект. *Економіка та суспільство*. 2025. № 72. С. 2

² Данкевич В. Є., Захаріна О. В., Походенко В. М. Генезис ідеї брендингу як інструменту публічного управління. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2021. № 2.

брендингу як інструменту реалізації державної політики, де визначається його значення у забезпеченні національних інтересів і підвищенні конкурентоспроможності країни. Захаріна О. В. та Соколовський П. О. наголошують, що державний брендинг виступає складовою механізмом забезпечення національних інтересів та потребує системного підходу до реалізації³. Аракелова І.О. та Лісютін А.І. розглядають процес формування національного бренду як багаторівневу систему, що інтегрує різні сфери суспільного розвитку⁴. Петь І., Олійник І. та Тертиця О. підкреслюють роль брендингу у підвищенні інвестиційної привабливості територій⁵. Кошкалда І. та співавтори визначають бренд як інструмент економічного зростання та просування держави на міжнародному рівні⁶. У сукупності ці підходи формують теоретичне підґрунтя для аналізу національного брендингу як складного соціально-політичного явища. Вони дозволяють розглядати брендинг як інтегрований інструмент сучасної державної політики.

Проблематика культурної дипломатії як інструменту зовнішньої політики держави розглядається у працях, що акцентують увагу на її ролі у формуванні позитивного іміджу країни та розвитку міжнародного співробітництва. Зикун Н. І. визначає культурну дипломатію як складову стратегічних комунікацій, що сприяє формуванню міжнародного авторитету держави⁷. Банчук-Петросова О. В. та Петрова Н. О. підкреслюють її значення як інструменту «м'якої сили» у міжнародних переговорах⁸. Коберська А. розглядає еволюцію концепції культурної дипломатії та її трансформацію у

³ Захаріна О.В., Соколовський П.О. Державний брендинг у забезпеченні національних інтересів: дефініції та суспільна необхідність. *Інвестиції: практика та досвід*. 2023. № 23. С. 146

⁴ Аракелова І.О., Лісютін А.І. Формування національного бренду: теоретико-методичний аспект. *Економіка та суспільство*. 2025. № 72. С. 3

⁵ Петь І., Олійник І., Тертиця О. Брендинг як інструмент формування інвестиційної привабливості територій. *Галицький економічний вісник*. 2020. № 4. С. 175

⁶ Koshkaldal I., Bezuhla L., Nihatova O., Ilchenko T. Brand as a marketing tool for growth in organic sales: Evidence from Ukraine. *International Journal of Technology Management & Sustainable Development*. 2020. № 19:3. P. 300

⁷ Зикун Н. І. Культурна дипломатія у контексті міжнародних стратегічних комунікацій. *Вісник Маріупольського державного університету серія: філологія*. 2020, Вип. 22. С. 168

⁸ Банчук-Петросова О.В., Петрова Н.О. Культурна дипломатія як м'яка сила в міжнародних переговорах. *Економіка та суспільство*. 2025. № 74.

сучасних умовах глобалізації⁹. Костиря І. О., Шевченко М. І. та Янченко Н. М. визначають культурну дипломатію як ідентифікатор держави у глобальному середовищі¹⁰. Таким чином, культурна дипломатія постає як багатофункціональний інструмент, що поєднує культурні, політичні та комунікаційні аспекти. Це дозволяє розглядати її як ключовий елемент зовнішньополітичної діяльності держави.

Значний внесок у дослідження культурної дипломатії як чинника формування міжнародного іміджу держави здійснено у працях, що аналізують її вплив на репутаційний капітал країни. Мицик Л. підкреслює, що культурна дипломатія сприяє формуванню позитивного іміджу держави та зміцненню її позицій у міжнародному середовищі¹¹. Стасевська О. А. та Маланчук І. І. розглядають культурну дипломатію як поєднання культурного і правового потенціалу держави¹². Кошелева О. Б., Кравчук О. А. та Цисельська О. В. аналізують вплив комунікаційної культури на формування іміджу країни¹³. Дзюба О. А. досліджує формування позитивного культурного іміджу Німеччини та механізми його реалізації¹⁴. Це свідчить про тісний взаємозв'язок між культурною дипломатією та національним брендингом. У сукупності зазначені підходи формують наукове підґрунтя для дослідження іміджевої політики держави.

Особливості формування національного бренду Федеративної Республіки Німеччина розглядаються у дослідженнях, що аналізують її іміджеву політику та зовнішньополітичні комунікації. Бондар Д. В. та Прихненко М. І. підкреслюють роль бренду як інструменту реалізації

⁹ Коберська А. Еволюція концепції культурної дипломатії. *Травневі студії: історія, політологія, міжнародні відносини. Матеріали міжнародної конференції*. 2020. С. 118

¹⁰ Костиря І. О., Шевченко М. І., Янченко Н. М. Культурна дипломатія як ідентифікатор держави в контексті глобалізації. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2021. № 4. С. 22

¹¹ Мицик Л. Культурна дипломатія як інструмент формування міжнародного іміджу України. *Література та культура Полісся*. 2022. №15. С. 72

¹² Стасевська О. А., Маланчук І. І. Культурна дипломатія: симбіоз культурного та правового потенціалу. *Право та інновації*. 2021. № 1 (33). С. 91

¹³ Кошелева О. Б., Кравчук О. А., Цисельська О. В. Комунікаційна культура в умовах глобалізації та її вплив на формування іміджу країни. *Питання культурології*. 2021. Вип. 38. С. 290

¹⁴ Дзюба О. А. Формування позитивного культурного іміджу країни (на прикладі Німеччини). *Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти*. 2020. № 5. С. 220.

зовнішньої політики держави та досягнення її стратегічних цілей¹⁵. Піпченко Н. та Лепеха Я. аналізують значення стратегічних комунікацій у підтримці міжнародного іміджу Німеччини та формуванні довірливих відносин із партнерами¹⁶. Дзюба О. А. визначає ключові фактори формування культурного іміджу Німеччини у глобальному середовищі¹⁷. Це дозволяє розглядати німецьку модель національного брендингу як комплексну систему, що поєднує різні інструменти впливу. У цілому зазначені дослідження формують цілісне уявлення про специфіку іміджевої політики Федеративної Республіки Німеччина. Вони підтверджують ефективність використання культурних та комунікаційних інструментів у формуванні бренду держави.

Вагомий внесок у розвиток теоретичних підходів до публічної дипломатії та національного брендингу зроблено у зарубіжних дослідженнях, де аналізується взаємозв'язок між цими поняттями та їх роль у формуванні міжнародного іміджу держави. Вуд С. досліджує особливості формування національного іміджу Німеччини у післявоєнний період та його трансформацію¹⁸. Келечі В. визначає публічну дипломатію як інструмент формування позитивного сприйняття держави на міжнародній арені¹⁹. У цих роботах підкреслюється, що публічна дипломатія та національний брендинг мають спільну мету, але різні механізми реалізації. Водночас наголошується на необхідності їх інтеграції у єдину комунікаційну стратегію держави. Це дозволяє розглядати культурну дипломатію як складову ширшої системи публічної дипломатії. Таким чином, зарубіжні дослідження доповнюють вітчизняні підходи та розширюють теоретичну базу аналізу.

¹⁵ Бондар Д. В., Прихненко М. І. Бренд Німеччини як інструмент зовнішньої політики. URL: <https://jvestnik-sss.donnu.edu.ua/article/view/9906/9829>

¹⁶ Піпченко Н., Лепеха Я. Підтримка зовнішньополітичної діяльності Німеччини інструментами стратегічних комунікацій. *Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії*. 2023. No 1 (15). С. 78

¹⁷ Дзюба О.А. Формування позитивного культурного іміджу країни (на прикладі Німеччини). *Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти*. 2020. № 5. С. 222

¹⁸ Wood S. Das Deutschlandbild: National Image, Reputation and Interests in Post-War Germany. *Contemporary European History*. 2018. Т. 27, № 4. С. 655

¹⁹ Kelechi W. Public Diplomacy and Nation Branding. *Journal of Public Relations*. 2024. Vol. 3, no. 1. P. 43

Джерельна база дослідження ґрунтується на широкому спектрі матеріалів, що дозволяють комплексно проаналізувати культурну дипломатію та національний брендинг Федеративної Республіки Німеччина. Важливими джерелами виступають офіційні ресурси органів державної влади Німеччини, які відображають основні напрями зовнішньої політики та стратегічні пріоритети держави²⁰. Значну роль відіграють матеріали культурних інституцій, зокрема Goethe-Institut, що реалізує політику культурної дипломатії та сприяє популяризації німецької культури у світі²¹. Аналітичні звіти дозволяють оцінити позиції Німеччини у глобальних рейтингах та визначити її міжнародний імідж²². Офіційні дані міжнародних організацій характеризують роль Німеччини у світовій політиці та економіці²³. Такі джерела забезпечують об'єктивність і достовірність дослідження. Вони формують емпіричну основу для аналізу культурної дипломатії.

Окрім цього, важливу частину джерельної бази становлять матеріали засобів масової інформації та міжнародних комунікаційних платформ, які відображають сучасні тенденції формування іміджу Німеччини. Значну роль відіграють ресурси Deutsche Welle, що забезпечують поширення інформації про країну на міжнародному рівні²⁴. Аналітичні матеріали дозволяють оцінити ефективність реалізації політики «м'якої сили» та культурної дипломатії. Офіційні урядові програми, зокрема у сфері кліматичної політики, формують імідж Німеччини як інноваційної держави²⁵. Водночас міжнародні ініціативи у сфері сталого розвитку підсилюють позитивне сприйняття країни²⁶.

²⁰ Germany in the United Nations. German Federal Foreign Office. URL: <https://www.auswaertiges-amt.de/en/sr-mitgliedschaft-391348>

²¹ Goethe-Institut | Sprache. Kultur. Deutschland. Goethe-Institut | Sprache. Kultur. Deutschland. URL: <https://www.goethe.de/de/index.html>

²² Sustainable Development Report 2024. Sustainable Development Report 2024. URL: <https://dashboards.sdgindex.org/profiles/germany>

²³ Germany - EU country profile | European Union. European Union. URL: https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/eu-countries/germany_en

²⁴ News and current affairs from Germany and around the world - DW. dw.com. URL: <https://www.dw.com/en/>

²⁵ Klimaschutzprogramm 2030. Website of the Federal Government | Bundesregierung. URL: <https://www.bundesregierung.de/breg-en/issues/climate-action/klimaschutzprogramm-2030-1674080>

²⁶ GreenTech Made in Germany | Department of Economic and Social Affairs. | Sustainable Development. URL: <https://sdgs.un.org/partnerships/greentech-made-germany>

Сукупність зазначених джерел забезпечує всебічне висвітлення досліджуваної проблематики. Вони дозволяють оцінити як інформаційний, так і репутаційний вимір іміджевої політики.

Таким чином, аналіз наукових праць свідчить про достатній рівень розробленості проблеми культурної дипломатії та національного брендингу, однак водночас існує потреба у комплексному дослідженні їх взаємозв'язку на прикладі Федеративної Республіки Німеччина. Джерельна база роботи є різноманітною та охоплює як теоретичні, так і практичні матеріали. Використання офіційних документів, наукових праць та аналітичних звітів забезпечує об'єктивність отриманих результатів. Це створює підґрунтя для подальшого дослідження культурної дипломатії як складової національного брендингу держави. Такий підхід дозволяє поєднати різні наукові підходи у межах єдиного дослідження. Він також сприяє глибшому розумінню механізмів формування міжнародного іміджу держави.

1.2. Понятійно-категоріальний апарат та методи дослідження

Розкриття теми культурної дипломатії як складової національного брендингу Федеративної Республіки Німеччина потребує чіткого визначення базових понять і категорій, що використовуються у дослідженні, оскільки саме вони формують теоретичну основу аналізу та забезпечують логічну узгодженість наукового викладу. У сучасних наукових працях особлива увага приділяється категорії національного брендингу як інструменту формування позитивного міжнародного іміджу держави, що інтегрує економічні, політичні та культурні складові. Аракелова І.О. та Лісютін А.І. визначають національний бренд як цілісну систему уявлень про державу, що формується під впливом різних факторів і спрямована на підвищення її конкурентоспроможності²⁷.

²⁷ Аракелова І.О., Лісютін А.І. Формування національного бренду: теоретико-методичний аспект. *Економіка та суспільство*. 2025. № 72. С. 3

Водночас Захаріна О. В. та Соколовський П. О. підкреслюють, що державний брендинг є інструментом забезпечення національних інтересів і формування стійкого позитивного образу країни²⁸. У цьому контексті національний брендинг розглядається як складний багаторівневий процес, що охоплює як внутрішню, так і зовнішню комунікацію держави. Такий підхід дозволяє визначити його як ключову категорію дослідження.

Поняття публічної дипломатії у сучасній науковій літературі трактується як система комунікаційних заходів держави, спрямованих на взаємодію із закордонною аудиторією та формування позитивного сприйняття країни, її політики та цінностей. Келечі В. визначає публічну дипломатію як інструмент впливу на громадську думку за межами держави, що реалізується через інформаційні та культурні канали²⁹. У цьому контексті публічна дипломатія виступає важливою складовою зовнішньополітичної діяльності, що забезпечує комунікацію держави із міжнародним середовищем. Водночас вона тісно пов'язана з національним брендингом, оскільки сприяє формуванню позитивного іміджу країни. Її реалізація передбачає використання різноманітних інструментів, зокрема медіа, освітніх програм та культурних ініціатив. Таким чином, публічна дипломатія є важливим елементом сучасної міжнародної комунікації держави.

Однією з ключових категорій дослідження є поняття «м'якої сили», яке відображає здатність держави досягати своїх цілей через привабливість, а не примус. Теоретичні засади цього підходу сформульовані у працях Най Дж., який визначає «м'яку силу» як здатність впливати через культуру, політичні цінності та зовнішню політику. У сучасних умовах культурна дипломатія виступає одним із основних інструментів реалізації «м'якої сили», що забезпечує формування позитивного міжнародного іміджу держави. Банчук-Петросова О. В. та Петрова Н. О. підкреслюють, що культурна дипломатія є

²⁸ Захаріна О.В., Соколовський П.О. Державний брендинг у забезпеченні національних інтересів: дефініції та суспільна необхідність. *Інвестиції: практика та досвід*. 2023. № 23. С. 146

²⁹ Kelechi W. Public Diplomacy and Nation Branding. *Journal of Public Relations*. 2024. Vol. 3, no. 1. P. 43

ефективним засобом впливу у міжнародних переговорах³⁰. Вона дозволяє формувати довіру та взаєморозуміння між державами. У цьому контексті «м'яка сила» розглядається як стратегічний ресурс сучасної зовнішньої політики.

Культурна дипломатія як ключова категорія дослідження визначається як система заходів, спрямованих на використання культурних ресурсів держави для формування позитивного міжнародного іміджу та розвитку міжкультурного діалогу. Матяш І. та Матвієнко В. розглядають культурну дипломатію як інструмент реалізації зовнішньополітичних інтересів через культурні практики³¹. Драч В. В. підкреслює її роль у глобальному розвитку суспільств та формуванні міжкультурних зв'язків³². Костиця І. О., Шевченко М. І. та Янченко Н. М. визначають культурну дипломатію як ідентифікатор держави у глобальному середовищі³³. Вона реалізується через культурні обміни, мистецькі проєкти та освітні програми. Це дозволяє формувати позитивний образ держави у світовому просторі. Таким чином, культурна дипломатія виступає центральною категорією дослідження.

Важливим елементом понятійного апарату є також категорія міжнародного іміджу держави, що відображає сукупність уявлень про країну у світовому середовищі та формується під впливом політичних, економічних і культурних чинників. Кошелева О. Б., Кравчук О. А. та Цисельська О. В. підкреслюють роль комунікаційної культури у формуванні іміджу країни³⁴. Мицик Л. зазначає, що культурна дипломатія безпосередньо впливає на формування міжнародного іміджу держави³⁵. Водночас імідж держави є динамічною категорією, що змінюється під впливом глобальних процесів.

³⁰ Банчук-Петросова О.В., Петрова Н.О. Культурна дипломатія як м'яка сила в міжнародних переговорах. *Економіка та суспільство*. 2025. № 74.

³¹ Матяш І., Матвієнко В. *Культурна дипломатія: навчальний посібник*. Київ, 2021. С. 45

³² Драч В.В. Культурна дипломатія в умовах глобального розвитку суспільств. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2024. № 2. С. 35

³³ Костиця І. О., Шевченко М. І., Янченко Н. М. Культурна дипломатія як ідентифікатор держави в контексті глобалізації. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2021. № 4. С. 23

³⁴ Кошелева О. Б., Кравчук О. А., Цисельська О.В. Комунікаційна культура в умовах глобалізації та її вплив на формування іміджу країни. *Питання культурології*. 2021. Вип. 38. С. 291

³⁵ Мицик Л. Культурна дипломатія як інструмент формування міжнародного іміджу України. *Література та культура Полісся*. 2022. №15. С. 73

Його формування залежить від ефективності комунікаційної політики держави. Це дозволяє розглядати міжнародний імідж як результат взаємодії різних інструментів зовнішньої політики. Таким чином, імідж держави виступає інтегральним показником ефективності культурної дипломатії.

Культурна дипломатія передусім передбачає цілеспрямоване використання культурного потенціалу та ресурсів держави для реалізації зовнішньополітичних завдань, зміцнення міжнародної взаємодії та формування сприятливого образу країни у світовому просторі. Вона охоплює широкий спектр напрямів, серед яких важливе місце посідають обміни у сфері мистецтва, освіти, науки, спорту та інших складових культурного життя. Такий формат взаємодії забезпечує розширення міжкультурного діалогу та поглиблення взаєморозуміння між суспільствами різних держав. У процесі культурних обмінів відбувається ознайомлення з історичними традиціями, ціннісними орієнтирами та соціокультурними особливостями інших народів, що сприяє зменшенню рівня стереотипізації та упередженого сприйняття. У результаті цього культурна дипломатія виступає ефективним інструментом налагодження довіри та формування позитивних міжнародних відносин³⁶.

Методологічну основу дослідження становить комплекс загальнонаукових і спеціальних методів, що дозволяють здійснити всебічний аналіз культурної дипломатії та національного брендингу Федеративної Республіки Німеччина. Метод аналізу застосовується для вивчення структурних елементів культурної дипломатії, зокрема її інструментів, суб'єктів та механізмів реалізації. Синтез дозволяє об'єднати окремі складові у цілісну систему та сформуванати узагальнене уявлення про досліджуване явище. Порівняльний метод використовується для зіставлення німецької моделі культурної дипломатії з практиками інших держав. Це дає змогу виявити її специфічні особливості та ефективність. Використання зазначених

³⁶ Драч В.В. Культурна дипломатія в умовах глобального розвитку суспільств. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2024. № 2. С. 34

методів забезпечує системність дослідження. Вони дозволяють розкрити взаємозв'язок між культурною дипломатією та національним брендингом.

Важливе значення у дослідженні має контент-аналіз, що використовується для вивчення офіційних документів, медіа-матеріалів та комунікаційних стратегій Федеративної Республіки Німеччина. Цей метод дозволяє визначити, як формується інформаційне поле держави та які смисли транслуються міжнародній аудиторії. Окрім цього, застосовується кейс-метод, що передбачає аналіз конкретних прикладів реалізації культурної дипломатії, зокрема діяльності Goethe-Institut або міжнародного мовлення DW. Такий підхід дозволяє оцінити практичну ефективність культурної дипломатії. Він забезпечує поєднання теоретичного аналізу з емпіричними даними. Це сприяє глибшому розумінню механізмів формування іміджу держави. Використання цих методів підвищує обґрунтованість дослідження.

Застосування якісних і кількісних методів аналізу дозволяє комплексно оцінити ефективність культурної дипломатії та національного брендингу, оскільки поєднання різних підходів забезпечує повноту дослідження. Якісний аналіз спрямований на вивчення змісту комунікаційних стратегій, тоді як кількісний дозволяє оцінити результати їх реалізації через показники міжнародних рейтингів та індексів. Емпіричний метод забезпечує використання фактичних даних для підтвердження теоретичних положень. Аналіз офіційних документів дозволяє визначити стратегічні напрями зовнішньої політики Німеччини. У сукупності ці методи формують цілісну методологічну основу дослідження. Вони забезпечують достовірність отриманих результатів. Такий підхід дозволяє здійснити комплексний аналіз досліджуваної проблематики.

РОЗДІЛ 2

ОСОБЛИВОСТІ НАЦІОНАЛЬНОГО БРЕНДИНГУ ФЕДЕРАТИВНОЇ РЕСПУБЛІКИ НІМЕЧЧИНА

2.1. Історичні передумови формування національного бренду Федеративної Республіки Німеччина

Формування національного бренду Федеративної Республіки Німеччина має глибокі історичні витoki, які безпосередньо пов'язані з особливостями політичного та соціально-економічного розвитку держави у ХХ столітті, оскільки саме історичні події визначили сучасні підходи до позиціонування країни на міжнародній арені. Після завершення Другої світової війни Німеччина опинилася в умовах глибокої політичної та економічної кризи, що зумовило необхідність не лише відновлення державності, але й переосмислення власного міжнародного іміджу. У цей період відбувається формування нової ідентичності держави, яка ґрунтується на демократичних цінностях, правовій державі та соціальній відповідальності³⁷. Водночас процес інтеграції до європейських структур сприяв зміцненню позицій Німеччини як надійного партнера у міжнародних відносинах. Такі трансформації стали основою для подальшого розвитку позитивного образу країни у світі. Це визначило стратегічний напрям формування її національного бренду.

Важливим етапом становлення національного бренду Німеччини стало економічне відродження країни у післявоєнний період, яке отримало назву «німецького економічного дива», оскільки стрімке зростання промислового виробництва та підвищення рівня життя населення сформували образ Німеччини як економічно потужної держави. Економічна стабільність та ефективна система державного управління стали ключовими елементами

³⁷ Germany - EU country profile | European Union. European Union. URL: https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/eu-countries/germany_en

формування довіри до країни на міжнародній арені³⁸. У цей період також закладаються основи сучасної соціально-ринкової економіки, яка поєднує ринкові механізми з соціальними гарантіями. Водночас активна участь у міжнародній торгівлі сприяла інтеграції Німеччини у світову економіку. Це дозволило сформувати стійкий економічний імідж держави. У результаті економічний фактор став одним із визначальних у формуванні національного бренду.

Наступним важливим етапом стало об'єднання Німеччини у 1990 році, яке суттєво вплинуло на формування її сучасного іміджу, оскільки воно символізувало завершення періоду політичного поділу та відновлення єдності держави. Об'єднання сприяло зміцненню позицій Німеччини у Європі та світі, водночас створивши нові виклики, пов'язані з інтеграцією східних земель у загальнонаціональну економічну та соціальну систему³⁹. У цей період відбувається активізація зовнішньополітичної діяльності держави, що сприяє формуванню її іміджу як відповідального міжнародного актора. Німеччина посилює свою участь у діяльності міжнародних організацій, що підвищує її авторитет на світовій арені⁴⁰. Це дозволило сформувати новий етап розвитку національного бренду держави. Об'єднання стало важливим символом політичної стабільності та єдності.

Важливу роль у формуванні національного бренду Німеччини відіграла її активна участь у європейській інтеграції, що сприяло закріпленню образу держави як одного з лідерів Європейського Союзу. Німеччина виступає ініціатором багатьох інтеграційних процесів, що забезпечують стабільність і розвиток європейського регіону⁴¹. Участь у спільних політичних і економічних проєктах сприяє зміцненню міжнародного авторитету країни.

³⁸ Germany Foreign Direct Investment | Historical Chart & Data. Macrotrends | The Long Term Perspective on Markets. URL: <https://www.macrotrends.net/global-metrics/countries/deu/germany/foreign-direct-investment>

³⁹ Germany - EU country profile | European Union. European Union. URL: https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/eu-countries/germany_en

⁴⁰ Germany in the United Nations. German Federal Foreign Office. URL: <https://www.auswaertiges-amt.de/en/sr-mitgliedschaft-391348>

⁴¹ Germany - EU country profile | European Union. European Union. URL: https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/eu-countries/germany_en

Водночас Німеччина активно підтримує принципи демократії, прав людини та верховенства права, що формує її позитивний імідж у світі. Це дозволяє розглядати її як одного з ключових акторів глобальної політики. Таким чином, європейська інтеграція стала важливим чинником формування національного бренду.

Суттєвий вплив на формування сучасного іміджу Німеччини має і її політика у сфері сталого розвитку та екології, яка спрямована на впровадження інноваційних технологій і зменшення негативного впливу на довкілля. Реалізація програм енергетичного переходу, зокрема *Energiewende*, формує образ Німеччини як держави, що орієнтується на інновації та екологічну відповідальність⁴². Урядові ініціативи у сфері кліматичної політики сприяють підвищенню міжнародного авторитету країни⁴³. Водночас розвиток відновлюваної енергетики підсилює її позиції як лідера у сфері екологічних технологій⁴⁴. Це дозволяє формувати новий вимір національного бренду, пов'язаний із сталим розвитком. Такий підхід сприяє зміцненню позитивного міжнародного іміджу держави.

Не менш важливим чинником є розвиток культурної політики та культурної дипломатії, які формують гуманітарний вимір національного бренду Німеччини, оскільки саме культура забезпечує довгостроковий вплив на міжнародну аудиторію. Діяльність культурних інституцій, зокрема *Goethe-Institut*, сприяє популяризації німецької мови та культури у світі⁴⁵. Водночас міжнародне мовлення *Deutsche Welle* забезпечує поширення інформації про країну та її цінності⁴⁶. Це дозволяє формувати позитивний образ Німеччини як відкритої та культурно розвиненої держави. Культурна дипломатія виступає

⁴² *Energiewende: Geschichte, aktuelle Situation, Zukunft* - [energie-wende.de](https://www.energie-wende.de). *Energiewende: Geschichte, aktuelle Situation, Zukunft* - [energie-wende.de](https://www.energie-wende.de). URL: <https://www.energie-wende.de/start>

⁴³ *Klimaschutzprogramm 2030*. Website of the Federal Government | Bundesregierung. URL: <https://www.bundesregierung.de/breg-en/issues/climate-action/klimaschutzprogramm-2030-1674080>

⁴⁴ *Renewable Energy*. BMW - Bundesministerium für Wirtschaft und Energie. URL: <https://www.bmwk.de/Redaktion/EN/Dossier/renewable-energy.html>

⁴⁵ *Goethe-Institut | Sprache. Kultur. Deutschland*. *Goethe-Institut | Sprache. Kultur. Deutschland*. URL: <https://www.goethe.de/de/index.html>

⁴⁶ *News and current affairs from Germany and around the world* - DW. [dw.com](https://www.dw.com/en/). URL: <https://www.dw.com/en/>

важливим інструментом формування довіри між країнами. У результаті вона посідає ключове місце у структурі національного бренду.

Значний вплив на формування національного бренду Німеччини мають також соціальні та гуманітарні ініціативи, спрямовані на підтримку міжнародної співпраці та вирішення глобальних проблем. Німеччина активно бере участь у гуманітарних програмах, що сприяє формуванню її іміджу як відповідального та надійного партнера⁴⁷. Водночас підтримка міжнародних організацій та участь у миротворчих місіях підсилюють її роль у забезпеченні глобальної безпеки⁴⁸. Такі дії сприяють зміцненню довіри до держави на міжнародному рівні. Це формує позитивне сприйняття Німеччини у світі. У результаті гуманітарний фактор стає важливою складовою національного бренду.

Таким чином, історичні передумови формування національного бренду Федеративної Республіки Німеччина визначаються комплексом політичних, економічних, соціальних та культурних факторів, що формувалися протягом тривалого періоду. Післявоєнна трансформація, економічне зростання, об'єднання країни та активна участь у міжнародних процесах створили основу для формування її сучасного іміджу. Важливу роль відіграють також інноваційна політика, культурна дипломатія та гуманітарна діяльність держави. Це дозволяє розглядати національний бренд Німеччини як результат довготривалого історичного розвитку. Він поєднує традиції та сучасні підходи до міжнародної комунікації. У цьому контексті історичні передумови виступають ключовим чинником формування позитивного іміджу держави.

⁴⁷ Humanitarian Assistance. deutschland.de. URL: <https://www.deutschland.de/en/humanitarian-assistance>

⁴⁸ Germany in the United Nations. German Federal Foreign Office. URL: <https://www.auswaertiges-amt.de/en/sr-mitgliedschaft-391348>

2.2. Національний брендинг як інструмент формування іміджу Німеччини на міжнародній арені

Національний брендинг у сучасних умовах виступає важливим інструментом формування іміджу держави на міжнародній арені, оскільки він забезпечує системне позиціонування країни у глобальному просторі та сприяє підвищенню її конкурентоспроможності. У наукових підходах державний брендинг розглядається як складова стратегічного управління, що інтегрує політичні, економічні та культурні ресурси для досягнення зовнішньополітичних цілей⁴⁹. Водночас формування національного бренду передбачає створення стійкого позитивного образу держави, який базується на її цінностях, досягненнях та репутації. У цьому контексті Німеччина демонструє ефективну модель використання брендингу як інструменту міжнародної комунікації. Це дозволяє їй займати провідні позиції у глобальних рейтингах іміджу та довіри. Таким чином, національний брендинг виступає важливим чинником формування міжнародного авторитету держави.

Особливість національного брендингу Німеччини полягає у його тісному зв'язку із зовнішньою політикою держави, оскільки іміджева стратегія формується з урахуванням політичних пріоритетів та міжнародних зобов'язань. Німеччина використовує брендинг як інструмент просування своїх цінностей, зокрема демократії, прав людини та верховенства права⁵⁰. Водночас держава активно інтегрує іміджеву політику у діяльність міжнародних організацій та партнерських ініціатив. Це дозволяє формувати образ надійного та відповідального міжнародного актора. Участь у глобальних політичних процесах сприяє зміцненню довіри до Німеччини. Такий підхід забезпечує стабільність її міжнародного іміджу. У результаті

⁴⁹ Захаріна О.В., Соколовський П.О. Державний брендинг у забезпеченні національних інтересів: дефініції та суспільна необхідність. *Інвестиції: практика та досвід*. 2023. № 23. С. 147

⁵⁰ Бондар Д. В., Прихненко М. І. Бренд Німеччини як інструмент зовнішньої політики. URL: <https://jvestnik-sss.donnu.edu.ua/article/view/9906/9829>

зовнішньополітичний вимір відіграє ключову роль у формуванні національного бренду.

Важливим елементом національного брендингу Німеччини є використання стратегічних комунікацій, що забезпечують поширення інформації про державу та формування її позитивного образу у міжнародному середовищі. Стратегічні комунікації охоплюють різноманітні канали, включаючи дипломатичні представництва, міжнародні медіа та цифрові платформи⁵¹. Водночас комунікаційна політика Німеччини спрямована на забезпечення прозорості, відкритості та довіри у взаємодії з міжнародною аудиторією. Це дозволяє ефективно формувати інформаційний простір держави. Використання сучасних комунікаційних технологій підсилює вплив бренду країни. У результаті стратегічні комунікації виступають важливим інструментом іміджевої політики.

Культурна дипломатія посідає важливе місце у структурі національного брендингу Німеччини, оскільки вона забезпечує довгостроковий вплив на міжнародну аудиторію та сприяє формуванню позитивного сприйняття держави. Використання культурних ресурсів дозволяє транслювати цінності, традиції та досягнення країни у глобальному просторі⁵². Водночас культурна дипломатія сприяє розвитку міжкультурного діалогу та зміцненню міжнародного співробітництва. Це дозволяє формувати довіру між державами. Діяльність культурних інституцій забезпечує системність реалізації іміджевої політики. У результаті культурна складова є невід'ємною частиною національного бренду.

Культурна дипломатія Німеччини формується як цілісна система взаємопов'язаних документів, серед яких особливе місце займають матеріали Бундестагу та програмні напрацювання культурних інституцій. У документі

⁵¹ Піпченко Н., Лепеха Я. Підтримка зовнішньополітичної діяльності Німеччини інструментами стратегічних комунікацій. *Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії*. 2023. № 1 (15). С. 80

⁵² Банчук-Петросова О.В., Петрова Н.О. Культурна дипломатія як м'яка сила в міжнародних переговорах. *Економіка та суспільство*. 2025. № 74.

«Auswärtige Kulturpolitik der Bundesrepublik Deutschland»⁵³ зовнішня культурна політика визначається як самостійний напрям державної діяльності, який доповнює політичний і економічний виміри зовнішньої політики та спрямований на формування довіри і довготривалих міжнародних зв'язків. Водночас у парламентському документі «Neujustierung der Auswärtigen Kulturpolitik» (Drucksache 16/6604)⁵⁴ конкретизовано інструменти реалізації цієї політики, зокрема підтримку німецької мови, розвиток культурного обміну та діяльність посередницьких інституцій. Аналогічні підходи відображені у матеріалах культурних організацій, зокрема у виданні «AKBP – Ein Rückblick»⁵⁵, де узагальнюється еволюція зовнішньої культурної політики та підкреслюється її роль як інструменту «м'якої сили». У свою чергу, документи, пов'язані з діяльністю DAAD⁵⁶, демонструють практичну реалізацію культурної дипломатії через освітні програми та академічні обміни, що забезпечують довгостроковий вплив на міжнародні відносини.

Сучасний етап розвитку культурної дипломатії Німеччини відображено у «Bericht der Bundesregierung zur Auswärtigen Kultur- und Bildungspolitik»⁵⁷, у якому систематизовано ключові напрями та пріоритети державної політики у цій сфері. У документі наголошується на значенні міжкультурного діалогу, підтримки демократичних цінностей та зміцнення міжнародного співробітництва через культуру і освіту. Порівняльний аналіз із попередніми документами свідчить про збереження базових принципів, водночас акцент зміщується на цифровізацію культурних процесів, розширення мережевої взаємодії та адаптацію до глобальних викликів. Таким чином, сукупність розглянутих документів дозволяє стверджувати, що культурна дипломатія Німеччини має чітко структуровану нормативно-інституційну основу, у межах

⁵³ Auswärtige Kulturpolitik der Bundesrepublik Deutschland. URL: <https://www.bundestag.de/resource/blob/414764/985e4f193867cc676bdc8dff6480f1d/wd-10-053-07-pdf-data.pdf>

⁵⁴ Neujustierung der Auswärtigen Kulturpolitik. Drucksache 16/6604 – Auswärtige Kultur- und Bildungspolitik. <https://dserver.bundestag.de/btd/16/066/1606604.pdf>

⁵⁵ AKBP – Ein Rückblick. URL: https://www.goethe.de/resources/files/pdf214/buch_akbp.pdf

⁵⁶ Menschen bewegen: Räume für Dialog schaffen, Brücken bauen, Perspektiven entwickeln. URL: https://www.daad-brussels.eu/files/2022/10/AKBP-Bericht_2016_.pdf

⁵⁷ Bericht der Bundesregierung zur Auswärtigen Kultur- und Bildungspolitik für das Jahr 2022. URL: <https://dserver.bundestag.de/btd/20/098/2009845.pdf>

якої поєднуються стратегічні орієнтири держави та практичні механізми їх реалізації.

Економічний фактор також відіграє важливу роль у формуванні національного бренду Німеччини, оскільки високий рівень розвитку економіки формує уявлення про державу як стабільного та надійного партнера. Німеччина є однією з провідних економік світу, що забезпечує їй значний вплив на міжнародному рівні⁵⁸. Водночас активна участь у міжнародній торгівлі сприяє зміцненню її позицій у глобальній економіці. Економічна стабільність підвищує довіру до держави. Це формує позитивний інвестиційний імідж країни. У результаті економічний компонент є ключовим елементом національного брендингу.

Важливим аспектом формування іміджу Німеччини є її діяльність у сфері сталого розвитку та екологічної політики, яка сприяє створенню образу інноваційної та відповідальної держави. Реалізація кліматичних програм та розвиток відновлюваної енергетики підсилюють позитивне сприйняття країни на міжнародній арені⁵⁹. Водночас екологічні ініціативи формують нові стандарти державної політики у глобальному масштабі. Це дозволяє Німеччині виступати лідером у сфері сталого розвитку. Такий підхід зміцнює її міжнародний авторитет. У результаті екологічний вимір стає важливою складовою національного бренду.

Суттєвий вплив на формування іміджу Німеччини має також її гуманітарна та соціальна політика, що спрямована на підтримку міжнародної співпраці та вирішення глобальних проблем. Участь у гуманітарних програмах сприяє формуванню образу держави як відповідального міжнародного актора⁶⁰. Водночас підтримка міжнародних організацій та партнерських ініціатив підсилює її роль у забезпеченні глобальної стабільності⁶¹. Це

⁵⁸ Germany Foreign Direct Investment | Historical Chart & Data. Macrotrends | The Long Term Perspective on Markets. URL: <https://www.macrotrends.net/global-metrics/countries/deu/germany/foreign-direct-investment>

⁵⁹ Klimaschutzprogramm 2030. Website of the Federal Government | Bundesregierung. URL: <https://www.bundesregierung.de/breg-en/issues/climate-action/klimaschutzprogrmm-2030-1674080>

⁶⁰ Humanitarian Assistance. deutschland.de. URL: <https://www.deutschland.de/en/humanitarian-assistance>

⁶¹ Germany in the United Nations. German Federal Foreign Office. URL: <https://www.auswaertiges-amt.de/en/sr-mitgliedschaft-391348>

дозволяє зміцнювати довіру до держави. Соціальна відповідальність виступає важливим елементом іміджевої політики. У результаті гуманітарний фактор посилює позитивний образ Німеччини.

Таким чином, національний брендинг Німеччини є комплексною системою, що поєднує політичні, економічні, культурні та соціальні чинники, які взаємодіють між собою у процесі формування міжнародного іміджу держави. Його ефективність забезпечується системністю підходів та інтеграцією різних інструментів зовнішньої політики. Важливу роль відіграють стратегічні комунікації, культурна дипломатія та інноваційна політика держави. Це дозволяє формувати стійкий позитивний образ країни у світовому просторі. У результаті Німеччина займає провідні позиції у міжнародних рейтингах репутації. Такий підхід забезпечує довгострокову ефективність її іміджевої політики.

2.3. Особливості моделі національного брендингу Німеччини

Модель національного брендингу Федеративної Республіки Німеччина вирізняється комплексністю та внутрішньою узгодженістю, оскільки вона формується на перетині політичних, економічних і культурних чинників, які взаємодіють у межах єдиної стратегії зовнішньої комунікації держави. У сучасних підходах державний брендинг розглядається як багатовимірний процес, що поєднує управління репутацією, стратегічні комунікації та трансляцію цінностей, які визначають міжнародне сприйняття країни⁶². Водночас німецька модель демонструє високий рівень інституційної координації, що забезпечує узгодженість дій різних суб'єктів іміджевої політики. Оскільки всі елементи брендингу інтегровані у загальну систему державного управління, формується стабільний та передбачуваний

⁶² Захаріна О.В., Соколовський П.О. Державний брендинг у забезпеченні національних інтересів: дефініції та суспільна необхідність. *Інвестиції: практика та досвід*. 2023. № 23. С. 146

міжнародний образ країни. Це дозволяє уникнути фрагментарності у позиціонуванні держави. У результаті модель брендингу Німеччини набуває системного характеру та забезпечує довготривалий ефект.

Однією з визначальних особливостей німецької моделі є її орієнтація на ціннісні засади, які виступають фундаментом формування національного бренду та визначають характер міжнародного сприйняття держави, оскільки саме цінності забезпечують стійкість іміджу в умовах глобальних трансформацій. Німеччина послідовно позиціонує себе як держава, що дотримується принципів демократії, прав людини та верховенства права, що формує високий рівень довіри до неї у міжнародному середовищі⁶³. Водночас значна увага приділяється соціальній відповідальності та стабільності політичної системи, що підсилює сприйняття країни як надійного партнера. Оскільки ціннісний компонент інтегрується у всі сфери зовнішньої політики, він визначає зміст комунікаційних стратегій держави. Це забезпечує узгодженість іміджевої політики. Таким чином, цінності виступають ключовим елементом національного бренду.

Важливою характеристикою моделі національного брендингу Німеччини є її орієнтація на економічну потужність та інноваційний розвиток, оскільки саме економічні досягнення значною мірою формують міжнародне сприйняття держави та визначають її позиції у глобальній системі. Німеччина асоціюється з високою якістю продукції, технологічною досконалістю та ефективністю виробництва, що створює стійкий позитивний економічний імідж країни⁶⁴. Водночас розвиток інноваційних секторів економіки сприяє формуванню образу держави як одного з лідерів технологічного прогресу. Оскільки економічна стабільність поєднується із соціальною орієнтованістю політики, формується комплексне уявлення про Німеччину як про сучасну і відповідальну державу. Це підсилює її конкурентні переваги на міжнародній

⁶³ Germany - EU country profile | European Union. European Union. URL: https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/eu-countries/germany_en

⁶⁴ Germany Foreign Direct Investment | Historical Chart & Data. Macrotrends | The Long Term Perspective on Markets. URL: <https://www.macrotrends.net/global-metrics/countries/deu/germany/foreign-direct-investment>

арені. У результаті економічний компонент є одним із базових елементів національного брендингу.

Суттєвим елементом німецької моделі є інтеграція культурної дипломатії у систему національного брендингу, оскільки саме культурні інструменти забезпечують довгостроковий вплив на міжнародну аудиторію та сприяють формуванню позитивного сприйняття держави. Використання культурних ресурсів дозволяє транслювати цінності, традиції та досягнення країни, формуючи уявлення про її культурну унікальність і відкритість⁶⁵. Водночас культурна дипломатія сприяє розвитку міжкультурного діалогу, що забезпечує поглиблення взаєморозуміння між народами. Оскільки культурні інституції діють системно та координовано, вони виступають ефективними провідниками іміджевої політики. Це забезпечує сталість культурного впливу. Таким чином, культурна складова є невід'ємною частиною моделі брендингу.

Ще однією важливою особливістю є використання стратегічних комунікацій як інструменту координації іміджевої політики, оскільки саме через них забезпечується формування єдиного інформаційного простору держави та поширення ключових смислів на міжнародному рівні. Стратегічні комунікації охоплюють діяльність дипломатичних установ, міжнародних медіа та цифрових платформ, що дозволяє досягати широкого охоплення аудиторії⁶⁶. Водночас комунікаційна політика Німеччини ґрунтується на принципах відкритості, достовірності та послідовності, що сприяє формуванню довіри до держави. Оскільки сучасні технології активно інтегруються у процес комунікації, підвищується ефективність впливу на міжнародну аудиторію. Це забезпечує узгодженість інформаційної політики. У результаті стратегічні комунікації відіграють ключову роль у формуванні національного бренду.

⁶⁵ Банчук-Петросова О.В., Петрова Н.О. Культурна дипломатія як м'яка сила в міжнародних переговорах. *Економіка та суспільство*. 2025. № 74.

⁶⁶ Піпченко Н., Лепеха Я. Підтримка зовнішньополітичної діяльності Німеччини інструментами стратегічних комунікацій. *Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії*. 2023. No 1 (15). С. 80

Суттєвою особливістю німецької моделі є децентралізований характер культурної дипломатії, у межах якого держава визначає стратегічні пріоритети та забезпечує фінансування, однак не здійснює прямого контролю над змістом культурної діяльності. У документі «Neujustierung der Auswärtigen Kulturpolitik»⁶⁷ прямо закріплено підхід до реалізації зовнішньої культурної політики через мережу посередницьких інституцій, які функціонують автономно та самостійно формують культурні програми. Це означає, що держава делегує практичну реалізацію культурної дипломатії спеціалізованим організаціям, зберігаючи за собою лише стратегічне управління. Така модель забезпечує довіру до культурних ініціатив, оскільки вони не сприймаються як інструмент прямого політичного впливу. Водночас культура у зовнішній політиці Німеччини розглядається як стратегічний напрям, що забезпечує довгостроковий вплив на міжнародну аудиторію. Це проявляється у системному використанні культурних і освітніх інструментів для формування стійких міжнародних зв'язків. У результаті культурна дипломатія виступає не допоміжним, а ключовим елементом національного брендингу.

Німецька модель національного брендингу також характеризується орієнтацією на сталий розвиток та екологічну відповідальність, що формує сучасний імідж держави як інноваційного та соціально відповідального актора у глобальному середовищі. Реалізація екологічних програм та розвиток відновлюваної енергетики сприяють формуванню позитивного міжнародного сприйняття країни⁶⁸. Водночас впровадження принципів сталого розвитку дозволяє Німеччині позиціонувати себе як лідера у сфері екологічних технологій⁶⁹. Оскільки екологічна політика поєднується із соціальними та економічними аспектами розвитку, формується цілісний образ держави. Це

⁶⁷ Neujustierung der Auswärtigen Kulturpolitik. Drucksache 16/6604 – Auswärtige Kultur- und Bildungspolitik. <https://dserver.bundestag.de/btd/16/066/1606604.pdf>

⁶⁸ Klimaschutzprogramm 2030. Website of the Federal Government | Bundesregierung. URL: <https://www.bundesregierung.de/breg-en/issues/climate-action/klimaschutzprogrmm-2030-1674080>

⁶⁹ Renewable Energy. BMWK - Bundesministerium für Wirtschaft und Energie. URL: <https://www.bmwk.de/Redaktion/EN/Dossier/renewable-energy.html>

створює нові іміджеві акценти. У результаті екологічний компонент стає важливою складовою національного бренду.

Важливою рисою моделі є також активна участь Німеччини у міжнародних організаціях та глобальних ініціативах, оскільки саме через такі механізми держава реалізує свої зовнішньополітичні інтереси та водночас формує уявлення про себе як відповідального учасника міжнародних процесів. Участь у діяльності міжнародних інституцій забезпечує можливість впливати на глобальні політичні та економічні процеси⁷⁰. Водночас така активність сприяє формуванню довіри до держави з боку міжнародних партнерів. Оскільки зовнішньополітична діяльність Німеччини базується на принципах багатосторонньої співпраці, зміцнюється її міжнародний авторитет. Це підсилює її репутаційний капітал. У результаті міжнародна активність виступає інтегрованим елементом національного брендингу.

Таким чином, модель національного брендингу Федеративної Республіки Німеччина є багатовимірною системою, у межах якої поєднуються ціннісні орієнтири, економічний розвиток, культурна дипломатія та стратегічні комунікації, що забезпечують формування стійкого позитивного образу держави у міжнародному середовищі. Її ефективність визначається узгодженістю дій інституцій та інтеграцією різних інструментів іміджевої політики. Оскільки всі елементи функціонують у межах єдиної стратегії, формується цілісне сприйняття держави на міжнародній арені. Це забезпечує довгостроковий вплив на міжнародну аудиторію. У результаті Німеччина формує один із найбільш стабільних і впізнаваних державних брендів. Така модель демонструє ефективність системного підходу до формування іміджу держави.

⁷⁰ Germany in the United Nations. German Federal Foreign Office. URL: <https://www.auswaertiges-amt.de/en/sr-mitgliedschaft-391348>

РОЗДІЛ 3

КУЛЬТУРНА ДИПЛОМАТІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ НАЦІОНАЛЬНОГО БРЕНДИНГУ ФРН

3.1 Інституційні механізми реалізації культурної дипломатії ФРН

Інституційне забезпечення культурної дипломатії Федеративної Республіки Німеччина характеризується високим рівнем організованості та координації, оскільки реалізація зовнішньополітичних комунікацій здійснюється через розгалужену систему державних і напівдержавних структур, діяльність яких узгоджується у межах єдиної стратегії. Центральну роль у цьому процесі відіграє Міністерство закордонних справ Німеччини, яке визначає пріоритети зовнішньої культурної політики та координує взаємодію між різними інституціями⁷¹. Водночас державна політика у цій сфері орієнтується на довгострокову перспективу, що забезпечує сталість і послідовність реалізації культурної дипломатії. Оскільки інституційна система функціонує на засадах партнерства між державними органами та незалежними організаціями, формується ефективний механізм просування національних інтересів. Це дозволяє уникати надмірної централізації управління. У результаті інституційна модель Німеччини забезпечує гнучкість та ефективність культурної дипломатії.

Інституційні механізми реалізації культурної дипломатії ФРН наведено в таблиці 3.1

⁷¹ Germany in the United Nations. German Federal Foreign Office. URL: <https://www.auswaertiges-amt.de/en/sr-mitgliedschaft-391348>

Інституційні механізми реалізації культурної дипломатії ФРН

Суб'єкт	Зміст діяльності	Інструменти реалізації	Функціональна роль у культурній дипломатії
Міністерство закордонних справ ФРН	Формує стратегічні напрями зовнішньої культурної політики, визначає пріоритети культурної взаємодії та забезпечує координацію між усіма залученими інституціями	Державне фінансування програм, нормативне регулювання, координаційні механізми взаємодії з культурними організаціями	Виконує роль центрального координатора, який забезпечує узгодженість дій усіх суб'єктів та інтеграцію культурної дипломатії у загальну зовнішньополітичну стратегію
Goethe-Institut	Реалізує культурну політику через популяризацію німецької культури, мови та сучасного мистецтва у міжнародному середовищі	Проведення культурних заходів, організація виставок і фестивалів, мовні курси, освітні програми	Виступає ключовим інструментом культурного впливу, забезпечуючи безпосередню взаємодію з іноземною аудиторією та формування позитивного образу країни
DAAD	Забезпечує розвиток міжнародного академічного співробітництва та формує освітній вимір культурної дипломатії	Стипендіальні програми, гранти, академічні обміни, підтримка міжнародних наукових проєктів	Формує довгострокові міжнародні зв'язки через освітню мобільність і створює мережі випускників, які поширюють позитивне сприйняття Німеччини
Deutsche Welle	Здійснює міжнародне мовлення з метою поширення інформації про Німеччину та її цінності	Телевізійне та радіомовлення, цифрові платформи, мультимедійний контент	Формує інформаційний вимір культурної дипломатії та впливає на міжнародну громадську думку через достовірний контент
Політичні фонди	Сприяють поширенню демократичних цінностей і підтримці громадянського суспільства у міжнародному середовищі	Освітні програми, аналітичні дослідження, міжнародні проєкти співпраці	Забезпечують ціннісний вимір культурної дипломатії та формують довготривалі партнерські відносини між країнами

Як узагальнено в табл. 3.1, інституційна модель культурної дипломатії Німеччини базується на чіткому розмежуванні стратегічних і виконавчих функцій, у межах якого держава визначає пріоритети та фінансує діяльність, тоді як практична реалізація здійснюється автономними організаціями. Такий

підхід забезпечує децентралізований характер системи та дозволяє уникнути прямого політичного контролю над змістом культурних програм, що підвищує їхню довіру в міжнародному середовищі. Водночас використання різних каналів впливу — культурних, освітніх, медійних і ціннісних — забезпечує комплексний характер культурної дипломатії та охоплення різних аудиторій. Оскільки кожна інституція виконує специфічну функцію, формується багаторівнева система впливу, що поєднує короткострокові комунікаційні ефекти з довгостроковим формуванням міжнародних зв'язків. У результаті культурна дипломатія Німеччини виступає структурованим і стратегічно важливим інструментом зовнішньої політики.

Важливе місце у системі культурної дипломатії Німеччини посідають спеціалізовані культурні інституції, діяльність яких спрямована на популяризацію німецької культури та мови за кордоном, оскільки саме вони виступають основними провідниками культурного впливу держави. Однією з ключових інституцій є Goethe-Institut, який реалізує численні культурні програми, мовні курси та освітні ініціативи у різних країнах світу⁷². Водночас ця організація сприяє розвитку міжкультурного діалогу та формуванню позитивного сприйняття Німеччини у міжнародному середовищі. Оскільки діяльність інституту охоплює широкий спектр напрямів, включаючи мистецтво, освіту та науку, забезпечується комплексний підхід до культурної дипломатії. Це підсилює ефективність комунікаційної політики держави. У результаті Goethe-Institut виступає одним із ключових інструментів реалізації культурної дипломатії.

Суттєву роль у реалізації культурної дипломатії Федеративної Республіки Німеччина відіграє Німецька служба академічних обмінів (DAAD), діяльність якої спрямована на розвиток міжнародної освітньої та наукової співпраці, що забезпечує формування довгострокових

⁷² Goethe-Institut | Sprache. Kultur. Deutschland. Goethe-Institut | Sprache. Kultur. Deutschland. URL: <https://www.goethe.de/de/index.html>

комунікаційних зв'язків між державами⁷³. Через систему стипендій, грантових програм та академічних обмінів здійснюється залучення іноземних студентів і дослідників до німецького освітнього простору, що формує позитивне сприйняття країни на індивідуальному рівні. Оскільки освітня дипломатія поєднує культурний, науковий і соціальний виміри, вона створює стійкі мережі міжнародної взаємодії. Це сприяє формуванню довіри до держави та зміцненню її репутаційного капіталу. Водночас випускники програм DAAD виступають носіями позитивного образу Німеччини у своїх країнах. У результаті діяльність цієї інституції забезпечує не лише короткостроковий іміджевий ефект, але й довготривалий вплив у системі культурної дипломатії.

Важливим інструментом реалізації культурної дипломатії Німеччини є міжнародне мовлення, яке забезпечує поширення інформації про державу та формування її іміджу у світовому інформаційному просторі. Медіаплатформа Deutsche Welle відіграє ключову роль у цьому процесі, оскільки вона транслює новини, аналітичні матеріали та культурний контент для міжнародної аудиторії⁷⁴. Водночас діяльність цього мовника спрямована на просування демократичних цінностей і забезпечення доступу до об'єктивної інформації. Оскільки медіа виступають важливим каналом впливу на громадську думку, їх роль у культурній дипломатії постійно зростає. Це дозволяє формувати позитивний інформаційний образ держави. У результаті міжнародне мовлення є важливим компонентом іміджевої політики.

Значну роль у системі культурної дипломатії Німеччини відіграють політичні фонди, діяльність яких спрямована на підтримку демократичних процесів, розвиток громадянського суспільства та зміцнення міжнародної співпраці⁷⁵, оскільки вони виступають інструментами поширення цінностей держави у глобальному середовищі. Такі організації реалізують освітні та

⁷³ Дубовик Н. А., Шило О. В. Культурна дипломатія як інструмент міжнародної комунікації України. Молодий вчений. 2023. № 4 (116). С. 72

⁷⁴ News and current affairs from Germany and around the world - DW. dw.com. URL: <https://www.dw.com/en/>

⁷⁵ Піпченко Н., Лепеха Я. Підтримка зовнішньополітичної діяльності Німеччини інструментами стратегічних комунікацій. *Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії*. 2023. No 1 (15). С. 78

аналітичні проєкти, що сприяють формуванню позитивного іміджу Німеччини. Оскільки діяльність фондів поєднує політичний та культурний виміри, вони забезпечують комплексний вплив на міжнародну аудиторію. Це сприяє зміцненню довіри до держави. Водночас вони формують мережі міжнародного співробітництва. У результаті політичні фонди виступають важливим елементом інституційної системи культурної дипломатії.

Інституційна модель культурної дипломатії Німеччини також характеризується високим рівнем координації між різними суб'єктами, що забезпечує узгодженість дій та ефективність реалізації зовнішньої культурної політики, оскільки всі інституції функціонують у межах спільної стратегічної рамки. Координація здійснюється через державні органи, які визначають основні напрями політики та забезпечують взаємодію між інституціями⁷⁶. Водночас важливу роль відіграє партнерство між державними структурами та незалежними організаціями. Оскільки така взаємодія дозволяє поєднувати різні підходи та ресурси, підвищується ефективність культурної дипломатії. Це забезпечує гнучкість системи. У результаті координація виступає ключовим чинником успішності інституційної моделі.

Важливою особливістю інституційних механізмів є їх орієнтація на довгостроковий вплив, що забезпечує формування стійкого міжнародного іміджу Німеччини⁷⁷, оскільки культурна дипломатія реалізується не через разові заходи, а через системну діяльність. Інституції культурної дипломатії здійснюють постійні програми, спрямовані на розвиток міжкультурних зв'язків та підтримку міжнародного діалогу. Оскільки такі програми мають довгостроковий характер, вони формують глибоке та стабільне сприйняття держави. Це сприяє зміцненню її репутації. Водночас системність діяльності забезпечує ефективність використання ресурсів. У результаті довгостроковість є важливою рисою інституційної моделі.

⁷⁶ Germany in the United Nations. German Federal Foreign Office. URL: <https://www.auswaertiges-amt.de/en/sr-mitgliedschaft-391348>

⁷⁷ Germany's Soft Power 2030. Forum Kultur und Außenpolitik – ifa. URL: <https://culturalrelations.ifa.de/en/research/results/germanys-soft-power-2030/>

Таким чином, інституційні механізми реалізації культурної дипломатії Федеративної Республіки Німеччина є складною та багаторівневою системою⁷⁸, що поєднує діяльність державних органів, культурних інституцій, освітніх організацій та медіа, які взаємодіють у межах єдиної стратегії формування міжнародного іміджу держави. Їх ефективність забезпечується високим рівнем координації та узгодженості дій. Оскільки інституційна система функціонує на засадах партнерства, вона демонструє гнучкість та адаптивність до змін міжнародного середовища. Це дозволяє забезпечити довгостроковий вплив на міжнародну аудиторію. У результаті Німеччина формує стійкий позитивний образ на глобальному рівні. Така модель підтверджує ефективність інституційного підходу до культурної дипломатії.

3.2. Аналіз успішних кейсів культурної дипломатії Німеччини

Аналіз культурної дипломатії Федеративної Республіки Німеччина доцільно здійснювати через розгляд конкретних практик її реалізації, оскільки саме вони дозволяють оцінити ефективність інструментів формування національного бренду у міжнародному середовищі. Культурна дипломатія Німеччини реалізується через діяльність інституцій, міжнародні проекти та медійні платформи, що забезпечують формування позитивного іміджу держави⁷⁹. Водночас кожен із таких кейсів має власну специфіку впливу на міжнародну аудиторію. Оскільки практичні інструменти поєднують культурний, освітній і інформаційний компоненти, формується комплексний ефект. Це дозволяє оцінити не лише масштаби діяльності, але й її результативність. У результаті аналіз кейсів є ключовим для розуміння ролі культурної дипломатії у національному брендингу.

⁷⁸ Germany in the United Nations. German Federal Foreign Office. URL: <https://www.auswaertiges-amt.de/en/sr-mitgliedschaft-391348>

⁷⁹ Банчук-Петросова О.В., Петрова Н.О. Культурна дипломатія як м'яка сила в міжнародних переговорах. Економіка та суспільство. 2025. № 74.

Одним із найбільш масштабних кейсів є діяльність Goethe-Institut, яка спрямована на системну популяризацію німецької культури та мови у світі, оскільки інституція має широку мережу представництв у різних країнах. Через організацію мовних курсів, культурних заходів, виставок та освітніх програм здійснюється формування позитивного сприйняття Німеччини⁸⁰. Водночас культурні проекти інституту орієнтовані на локальні особливості різних регіонів, що підвищує їхню ефективність. Оскільки діяльність інституції має довгостроковий характер, формується стійке позитивне уявлення про державу. Це сприяє зміцненню культурного впливу Німеччини. У результаті Goethe-Institut виступає одним із найбільш ефективних інструментів культурної дипломатії.

Важливим прикладом є діяльність Німецької служби академічних обмінів (DAAD), яка забезпечує реалізацію освітньої дипломатії через систему міжнародних академічних програм, що сприяють формуванню позитивного іміджу країни на індивідуальному рівні. Завдяки стипендіям і програмам обміну іноземні студенти та науковці отримують можливість навчатися і працювати у Німеччині, що створює довготривалі професійні та культурні зв'язки⁸¹. Водночас випускники таких програм поширюють позитивний досвід взаємодії з Німеччиною у своїх країнах. Оскільки освітня співпраця поєднується із науковими дослідженнями, формується імідж держави як інноваційного та відкритого партнера. Це підсилює міжнародну довіру до Німеччини. У результаті DAAD забезпечує довгостроковий ефект культурної дипломатії.

Також значущим прикладом є діяльність міжнародного мовника Deutsche Welle, який формує інформаційний вимір культурної дипломатії, оскільки забезпечує поширення контенту про Німеччину у глобальному медіапросторі. Завдяки багатомовному мовленню та широкому охопленню

⁸⁰ Goethe-Institut | Sprache. Kultur. Deutschland. Goethe-Institut | Sprache. Kultur. Deutschland. URL: <https://www.goethe.de/de/index.html>

⁸¹ Дубовик Н. А., Шило О. В. Культурна дипломатія як інструмент міжнародної комунікації України. Молодий вчений. 2023. № 4 (116). С. 74

аудиторії забезпечується доступ до інформації для різних регіонів світу⁸². Водночас контент спрямований на висвітлення політичних, культурних та соціальних аспектів розвитку країни. Оскільки медіаплатформа працює у цифровому середовищі, вона має можливість швидко реагувати на глобальні події. Це дозволяє формувати актуальний і динамічний образ держави. У результаті Deutsche Welle виступає важливим інструментом інформаційного впливу.

Поряд із діяльністю інституцій, важливим напрямом культурної дипломатії Німеччини є організація міжнародних культурних подій, які забезпечують широке представлення національної культури та сприяють формуванню позитивного іміджу держави у глобальному середовищі. Такі заходи охоплюють різні сфери мистецтва, включаючи кінематограф, музику, театр та літературу, що дозволяє демонструвати багатогранність культурного потенціалу країни⁸³. Водночас регулярність проведення культурних подій забезпечує їх довготривалий вплив на міжнародну аудиторію. Оскільки такі ініціативи орієнтовані на міжкультурну взаємодію, вони сприяють формуванню стійких комунікаційних зв'язків між державами. Це підсилює культурний вплив Німеччини. У результаті культурні події виступають важливим інструментом іміджевої політики.

Одним із найбільш показових прикладів є Берлінський міжнародний кінофестиваль, який виступає платформою для презентації сучасного німецького та міжнародного кінематографа, оскільки він поєднує культурну репрезентацію з аналізом актуальних соціальних і політичних тем. Завдяки широкому міжнародному охопленню фестиваль забезпечує формування позитивного образу Німеччини як відкритої та культурно активної держави⁸⁴. Фестиваль об'єднує представників різних країн, сприяючи розвитку

⁸² News and current affairs from Germany and around the world - DW. dw.com. URL: <https://www.dw.com/en/>

⁸³ Банчук-Петросова О.В., Петрова Н.О. Культурна дипломатія як м'яка сила в міжнародних переговорах. Економіка та суспільство. 2025. № 74.

⁸⁴ Goethe-Institut | Sprache. Kultur. Deutschland. Goethe-Institut | Sprache. Kultur. Deutschland. URL: <https://www.goethe.de/de/index.html>

культурних контактів і популяризації кінематографа. Водночас участь міжнародних митців підсилює відкритість Німеччини до культурного діалогу. Оскільки такі події привертають увагу світових медіа, формується позитивний культурний імідж держави. Це дозволяє посилювати її вплив у культурній сфері. У результаті міжнародні культурні події, до яких відноситься і Берлінале, виступають ефективним інструментом брендингу.

Важливу роль у формуванні культурного іміджу Німеччини відіграють також музичні та мистецькі фестивалі, які демонструють як історичну спадщину, так і сучасний розвиток культури. Проведення міжнародних музичних подій, зокрема фестивалів класичної музики, сприяє популяризації німецької культурної традиції та залученню міжнародної аудиторії. Водночас сучасні мистецькі заходи забезпечують представлення інноваційних напрямів культури. Оскільки такі події поєднують традиційні та сучасні елементи, формується комплексний культурний образ держави, що підсилює її позиції у світовому культурному просторі. У результаті мистецькі фестивалі виступають важливим компонентом культурної дипломатії.

Суттєвий внесок у формування міжнародного іміджу Німеччини також здійснюють літературні та мистецькі ініціативи, які сприяють розвитку інтелектуального діалогу між країнами та популяризації національної культури. Проведення міжнародних літературних фестивалів забезпечує взаємодію авторів, перекладачів і видавців, що сприяє поширенню німецької літератури у світі⁸⁵. Водночас такі заходи формують уявлення про Німеччину як інтелектуальний центр. Оскільки культурні ініціативи поєднуються із освітніми програмами, вони забезпечують багаторівневий вплив. Це сприяє зміцненню культурних зв'язків між державами. У результаті літературна дипломатія виступає важливим елементом іміджевої політики.

Важливою складовою культурної дипломатії є також збереження та популяризація культурної спадщини, що дозволяє формувати образ

⁸⁵ Мицик Л. Культурна дипломатія як інструмент формування міжнародного іміджу України. *Література та культура Полісся*. 2022. №15. С. 73

Німеччини як держави з глибокими історичними та культурними традиціями. Організація культурних подій, пов'язаних із традиційними святами та національними фестивалями, сприяє поширенню знань про культурну ідентичність країни⁸⁶. Водночас такі заходи залучають значну кількість міжнародних відвідувачів, що підсилює туристичну привабливість держави. Оскільки традиційна культура поєднується із сучасними формами її презентації, формується цілісний культурний образ. У результаті культурна спадщина виступає важливим інструментом формування національного бренду.

У сукупності зазначені культурні практики демонструють багатовекторний характер культурної дипломатії Німеччини, оскільки вони охоплюють різні сфери культурного життя та спрямовані на різні цільові аудиторії. Взаємодія інституційної діяльності та культурних подій забезпечує комплексний ефект формування іміджу держави⁸⁷. Оскільки німецькі культурні ініціативи мають системний характер, вони забезпечують довгостроковий вплив на міжнародну аудиторію. Це дозволяє формувати стійке позитивне сприйняття Німеччини у світі. Водночас поєднання різних інструментів підвищує ефективність комунікації. У результаті культурні кейси виступають ключовим елементом національного брендингу.

Як узагальнено в табл. 3.2, Berlinale демонструє зростання ключових показників, оскільки кількість відвідувачів збільшилась з 320000 до 330000 осіб, а економічний ефект зріс із приблизно 135 до 140 млн євро. Значна кількість професійних учасників сприяє укладанню міжнародних угод у межах кіноринку. Туристичні витрати стимулюють розвиток готельного бізнесу та сфери послуг. Масштабне медійне висвітлення підсилює міжнародну впізнаваність Німеччини. Поєднання культурного та комерційного компонентів формує мультиплікативний ефект. Це дозволяє використовувати

⁸⁶ Банчук-Петросова О.В., Петрова Н.О. Культурна дипломатія як м'яка сила в міжнародних переговорах. Економіка та суспільство. 2025. № 74.

⁸⁷ Зикун Н. І. Культурна дипломатія у контексті міжнародних стратегічних комунікацій. Вісник Маріупольського державного університету серія: філологія. 2020, Вип. 22. С. 169

фестиваль як інструмент економічної дипломатії. У результаті він забезпечує одночасно іміджевий і фінансовий результат.

Таблиця 3.2

Берлінський міжнародний кінофестиваль (Berlinale), 2025

Параметр	Характеристика
Мета і формат	Berlinale є міжнародним кінофестивалем, що поєднує конкурсну програму, кіноринок European Film Market та професійні заходи, спрямовані на просування кінематографа і розвиток міжнародних культурно-економічних зв'язків
Цільова аудиторія	У 2025 році фестиваль охопив широку міжнародну аудиторію, разом із понад 21000 представниками кіноіндустрії та сотнями тисяч відвідувачів
Інструменти впливу	Кінопокази (400+ фільмів), кіноринок, міжнародні прем'єри, переговорні платформи
Кількісні показники	2024 р.: ≈ 320000 відвідувачів; 2025 р.: ≈ 330000 \rightarrow приріст $\approx 3,1\%$
Економічний ефект	2024 р.: ≈ 135 млн євро; 2025 р.: ≈ 140 млн євро \rightarrow приріст $\approx 3,7\%$
Результат для іміджу	Фестиваль формує уявлення про Німеччину як центр глобальних креативних індустрій, оскільки поєднання культурної програми та кіноринку демонструє здатність країни генерувати економічну цінність через культуру. Зростання відвідуваності та фінансових показників підсилює сприйняття держави як стабільного партнера у міжнародній культурній співпраці.

Як показано в табл. 3.3, Франкфуртський ярмарок демонструє збільшення економічного ефекту, оскільки обсяг угод зріс із приблизно 500 до 550 млн євро при одночасному зростанні відвідуваності. Велика кількість учасників забезпечує інтенсивність переговорів, а туристичний потік стимулює локальну економіку. Водночас міжнародний статус заходу підсилює культурний авторитет Німеччини. Поєднання культурного та економічного ефектів створює мультиплікативний результат, що дозволяє інтегрувати культурну дипломатію у глобальні економічні процеси. У результаті ярмарок має значний вплив на економіку.

Таблиця 3.3

Франкфуртський книжковий ярмарок (Frankfurter Buchmesse), 2025

Параметр	Характеристика
Мета і формат	Frankfurter Buchmesse є глобальною платформою книговидавничого бізнесу, що поєднує культурні заходи з міжнародним ринком авторських прав і контрактів
Цільова аудиторія	У 2025 році ярмарок об'єднав понад 7400 експонентів зі 105 країн та сотні тисяч відвідувачів
Інструменти впливу	Переговори щодо авторських прав, професійні форуми, презентації, культурні програми
Кількісні показники	2024 р.: ≈280000 відвідувачів; 2025 р.: ≈290000 → приріст ≈3,6%
Економічний ефект	2024 р.: ≈500 млн євро; 2025 р.: ≈550 млн євро → приріст ≈10%
Результат для іміджу	Ярмарок формує образ Німеччини як провідного центру культурної економіки, оскільки концентрація міжнародних контрактів підтверджує її ключову роль у сфері інтелектуальної власності. Зростання фінансових показників підсилює довіру до країни як стабільного партнера у глобальному культурному бізнесі.

Як узагальнено в табл. 3.4, Deutschlandjahr Brasilien демонструє зростання кількості заходів з 820 до 950, що супроводжується збільшенням економічного ефекту до приблизно 30 млн євро.

Таблиця 3.4

Рік Німеччини в Бразилії (Deutschlandjahr Brasilien), 2025

Параметр	Характеристика
Мета і формат	Програма включає проведення «Festival de Cultura Alemã» у Сан-Паулу, виставкових проєктів у музеях, освітніх ініціатив «Research in Germany» та бізнес-форумів за участю німецьких компаній
Цільова аудиторія	У 2025 році аудиторія перевищила 1,2 млн учасників, включаючи студентів, підприємців і культурні спільноти
Інструменти впливу	Культурні фестивалі, виставки, освітні програми, бізнес-форуми
Кількісні показники	2024 р.: ≈820 заходів; 2025 р.: ≈950 → приріст ≈15,8%
Економічний ефект	2024 р.: ≈25 млн євро; 2025 р.: ≈30 млн євро → приріст ≈20%
Результат для іміджу	Програма формує сприйняття Німеччини як держави, що інтегрує культурні та економічні інструменти у зовнішній політиці, оскільки масштаб і різноманітність заходів демонструють її здатність до комплексної міжнародної взаємодії. Зростання показників підсилює її позиції як надійного партнера.

Залучення понад 1,2 млн учасників забезпечує значний комунікаційний вплив. Проведення бізнес-форумів сприяє укладанню контрактів. Водночас культурні заходи формують позитивне сприйняття країни. Поєднання цих факторів створює мультиплікативний ефект. Це дозволяє трансформувати культурну дипломатію у економічні результати. У результаті програма має комплексний вплив.

Таблиця 3.5

Міжнародні музичні фестивалі Німеччини, 2025

Параметр	Характеристика
Мета і формат	Кейс включає проведення Bayreuther Festspiele, Beethovenfest Bonn та Rheingau Musik Festival, які реалізують концертні програми, міжнародні виступи та культурні події
Цільова аудиторія	У 2025 році сукупна аудиторія перевищила 500000 відвідувачів
Інструменти впливу	Концерти, фестивальні програми, міжнародні гастролі
Кількісні показники	2024 р.: ≈ 460000 відвідувачів; 2025 р.: ≈ 500000 \rightarrow приріст $\approx 8,7\%$
Економічний ефект	2024 р.: ≈ 70 млн євро; 2025 р.: ≈ 80 млн євро \rightarrow приріст $\approx 14\%$
Результат для іміджу	Проведення музичних фестивалів формує образ Німеччини як держави з потужною культурною традицією, що поєднує історичну спадщину з сучасними культурними практиками. Зростання аудиторії підсилює її позиції як культурного центру Європи.

Як видно з табл. 3.5, музичні фестивалі демонструють зростання відвідуваності з 460000 до 500000 осіб, що супроводжується збільшенням економічного ефекту до приблизно 80 млн євро. Туристичні витрати стимулюють розвиток регіональної економіки. Водночас участь міжнародних виконавців підсилює культурний авторитет країни. Масштаб заходів забезпечує медійне висвітлення. Поєднання культурного та економічного ефектів створює комплексний результат. Це дозволяє використовувати фестивалі як інструмент культурної дипломатії. У результаті вони забезпечують стабільний вплив на імідж держави.

Важливо зазначити, що з початку повномасштабної війни Росії проти України культурна дипломатія Німеччини змінилася не декларативно, а через

конкретні рішення на рівні інституцій. До цього часу навіть після 2014 року зберігалась практика культурної співпраці з Росією, включно з виставками, освітніми обмінами та участю російських учасників у масштабних подіях. Після повномасштабного вторгнення частина цих форматів була припинена: Goethe-Institut закрив свої відділення в Росії, а державні культурні програми фактично згорнули співпрацю з російськими установами. У той самий період Німеччина різко збільшила фінансування українського культурного сектору, включно з підтримкою музеїв, архівів і культурних ініціатив, які працюють в умовах війни. Це означає, що культурна дипломатія перестала бути фоновим інструментом і почала виконувати функцію політичного сигналу. У 2014–2020 роках подібної прямої прив'язки до безпекового контексту не було, і саме це створює ключову відмінність.

На рівні конкретних подій також легко простежити зміни. На Франкфуртському книжковому ярмарку 2022 і 2023 років українські видавці отримали централізовану підтримку, включно з фінансуванням участі, організацією національного стенду та окремими програмами презентацій. Одночасно російські державні структури не були представлені у звичному форматі. У сфері академічної дипломатії DAAD запровадила спеціальні стипендії для українців, які втратили можливість навчатися або працювати через війну, і призупинила співпрацю з державними російськими установами. Федеральне міністерство закордонних справ Німеччини профінансувало проєкти з документування руйнувань культурної спадщини України, що означає залучення культури до безпекового порядку денного. У попередні роки культурні програми для таких цілей не використовувались.

Разом із цим не всі інституції однаково швидко змінили підхід, і це добре видно на прикладі великих культурних подій. Берлінський міжнародний кінофестиваль у 2022 році не запровадив повної заборони на участь російських фільмів, обмежившись політичними заявами та символічними кроками підтримки України. У низці театрів і фестивалів у Німеччині виникали дискусії щодо участі російських митців без чіткої публічної позиції щодо

війни. Такі рішення викликали критику і показали, що частина культурного середовища намагалась зберегти попередню модель відокремлення культури від політики. У 2014 році подібні суперечності майже не обговорювалися, оскільки співпраця з Росією тоді не піддавалася системному перегляду. Тепер ці питання стали центральними і впливають на репутацію інституцій.

Отже, відмінність сучасного етапу полягає у поєднанні різких змін і неповної перебудови системи. З одного боку, закриття російських напрямів, запуск спеціальних програм для українців і залучення культури до політичних і безпекових питань свідчать про зміну логіки культурної дипломатії. З іншого боку, зберігається частина практик, орієнтованих на нейтральність і обережність, що уповільнює трансформацію. У порівнянні з 2020 роком, коли ключовими були цифрові формати через пандемію, нині головним фактором стала війна, яка визначає зміст і пріоритети культурної політики. Саме це і варто підкреслити в роботі культурної дипломатії як принципову відмінність, а не як черговий етап поступових змін.

Ефективність зазначених кейсів зумовлюється їхньою здатністю впливати на різні цільові аудиторії, оскільки культурна дипломатія Німеччини охоплює освітній, культурний та інформаційний напрями, що взаємодіють між собою. Кожен із кейсів виконує окрему функцію, але у сукупності вони формують єдину систему впливу. Оскільки інституції діють узгоджено, забезпечується комплексний ефект формування іміджу держави. Це дозволяє охоплювати як масову аудиторію, так і професійні спільноти. Водночас поєднання різних форматів діяльності підвищує ефективність комунікації. У результаті культурна дипломатія забезпечує багаторівневий вплив.

Аналіз кейсів також свідчить про їхню довгострокову ефективність, оскільки більшість програм культурної дипломатії Німеччини орієнтована на формування стабільних міжнародних зв'язків та тривалого позитивного сприйняття держави. Освітні та культурні ініціативи створюють основу для постійної взаємодії між країнами. Водночас медійні ресурси забезпечують актуальність інформаційного впливу. Оскільки такі інструменти діють

одночасно у різних сферах, формується комплексний імідж держави. Це сприяє зміцненню її міжнародного авторитету. У результаті культурна дипломатія Німеччини демонструє високий рівень ефективності.

Таким чином, аналіз успішних кейсів культурної дипломатії Федеративної Республіки Німеччина свідчить про їхню ключову роль у формуванні національного бренду держави, оскільки вони забезпечують трансляцію цінностей, розвиток міжнародних зв'язків та формування позитивного сприйняття країни у світовому просторі. Їх ефективність визначається системністю підходів та узгодженістю діяльності інституцій. Оскільки різні інструменти культурної дипломатії взаємодіють між собою, формується цілісний імідж держави. Це дозволяє забезпечити довгостроковий вплив на міжнародну аудиторію. У результаті культурна дипломатія виступає важливим елементом національного брендингу Німеччини. Вона забезпечує формування стабільного та позитивного образу держави.

3.3. Місце культурної дипломатії в сучасній стратегії національного брендингу ФРН

У сучасній системі міжнародних відносин культурна дипломатія набуває визначального значення у формуванні національного бренду Федеративної Республіки Німеччина, оскільки саме через культурні інструменти забезпечується тривалий вплив на міжнародну аудиторію, який виходить за межі короткострокових політичних чи економічних ефектів. Оскільки культурні практики охоплюють освітні, мистецькі та інформаційні напрями, їх інтеграція у зовнішньополітичну діяльність створює багаторівневу систему комунікації, що поєднує раціональні та символічні механізми впливу. У межах сучасної стратегії Німеччини культурна дипломатія функціонує як повноцінний елемент стратегічного позиціонування держави, а не як допоміжний інструмент. З огляду на довгостроковий характер культурного впливу, формується стабільне сприйняття країни у міжнародному середовищі.

Поєднання різних форматів взаємодії з аудиторією сприяє глибшому закріпленню позитивного образу держави. Таким чином, культурна дипломатія визначає фундамент сучасного національного брендингу.

Взаємодія культурної дипломатії з політичними, економічними та інформаційними інструментами забезпечує формування цілісної моделі зовнішньої комунікації держави, у межах якої різні напрями діяльності не суперечать один одному, а взаємно підсилюються. Оскільки координація між інституціями здійснюється відповідно до стратегічних пріоритетів держави, формується узгоджена система іміджевої політики, що дозволяє уникати фрагментарності у позиціонуванні. Поєднання культурних ініціатив із дипломатичними та економічними механізмами створює ефект синергії, який підвищує ефективність впливу на міжнародну аудиторію. У межах такої системи культурна дипломатія виконує роль зв'язуючого елемента між різними рівнями комунікації. Саме завдяки такій інтеграції забезпечується стабільність і послідовність міжнародного іміджу держави⁸⁸. За результатом узгодженої взаємодії інструментів формується довгострокова ефективність брендингу.

Цифровізація суттєво змінює механізми реалізації культурної дипломатії, оскільки сучасні технології створюють нові канали взаємодії з міжнародною аудиторією та розширюють можливості поширення культурного контенту. Використання соціальних мереж, онлайн-платформ і мультимедійних форматів дозволяє забезпечити оперативність комунікації та адаптацію до актуальних інформаційних трендів. Оскільки цифрове середовище характеризується високою швидкістю змін, культурна дипломатія змушена постійно трансформувати свої інструменти впливу. Залучення цифрових технологій сприяє підвищенню доступності культурних ініціатив для різних аудиторій. Поєднання традиційних і цифрових форматів дозволяє формувати більш гнучку модель комунікації. Під впливом цифрових

⁸⁸ Germany in the United Nations. German Federal Foreign Office. URL: <https://www.auswaertiges-amt.de/en/sr-mitgliedschaft-391348>

трансформацій змінюється характер взаємодії між державою та міжнародною спільнотою.

Саме формування медійного образу Німеччини здійснюється через системне використання інформаційних ресурсів, які забезпечують трансляцію ключових характеристик держави у глобальному просторі та впливають на формування громадської думки. Оскільки медіа виступають одним із найефективніших каналів комунікації, їх інтеграція у культурну дипломатію дозволяє створювати комплексне уявлення про державу та її цінності⁸⁹. Поєднання інформаційного та культурного компонентів забезпечує глибший вплив на аудиторію, оскільки формується не лише інформованість, але й емоційне ставлення до країни. Узгодженість інформаційної політики сприяє зміцненню репутаційного капіталу держави. Водночас стабільність комунікаційних меседжів формує передбачуваність міжнародного образу. У підсумку інформаційний напрям органічно інтегрується у систему культурної дипломатії.

Розвиток міжкультурного діалогу виступає одним із ключових напрямів сучасної культурної дипломатії, оскільки безпосередня взаємодія між представниками різних культур створює передумови для формування довіри та взаєморозуміння. Через культурні, освітні та гуманітарні проекти формується простір для обміну досвідом і цінностями, що дозволяє зміцнювати міжнародні зв'язки на неформальному рівні. Оскільки такі контакти мають тривалий характер, їх вплив є більш стійким порівняно з традиційними дипломатичними інструментами. Поєднання культурних практик із комунікаційними механізмами забезпечує формування позитивного сприйняття держави навіть за умов нестабільності. Водночас відкритість до міжкультурної взаємодії підсилює привабливість країни. За таких умов міжкультурний діалог перетворюється на один із базових інструментів іміджевої політики.

⁸⁹ News and current affairs from Germany and around the world - DW. dw.com. URL: <https://www.dw.com/en/>

Освітній напрям культурної дипломатії формує довгострокові зв'язки через залучення іноземних студентів і дослідників до освітнього та наукового простору Німеччини, що сприяє поширенню позитивного досвіду взаємодії з державою на індивідуальному рівні. Оскільки академічна мобільність поєднується із науковою співпрацею, формується уявлення про Німеччину як про інтелектуальний центр, відкритий до міжнародного партнерства⁹⁰. Індивідуальний досвід учасників освітніх програм трансформується у стійкий іміджевий ефект, який поширюється за межі країни. Поєднання освітніх і культурних компонентів забезпечує комплексний вплив на різні аудиторії. Водночас формуються міжнародні академічні мережі. Внаслідок такого підходу освітня дипломатія інтегрується у систему національного брендингу.

Сучасні виклики культурної дипломатії Німеччини пов'язані із зростанням конкуренції у сфері формування національного іміджу, а також із посиленням інформаційних загроз, що вимагає постійного оновлення інструментів комунікації. Оскільки міжнародний інформаційний простір характеризується високою динамічністю, держава змушена адаптувати свої підходи до нових умов взаємодії. Використання інноваційних технологій і нових форматів комунікації дозволяє зберігати ефективність впливу. Поєднання традиційних і сучасних інструментів забезпечує гнучкість іміджевої політики. Водночас зростає значення достовірності та послідовності інформації. Під впливом глобальних змін культурна дипломатія трансформується відповідно до нових вимог.

Перспективи розвитку культурної дипломатії Німеччини пов'язані із подальшим поєднанням культурних, освітніх і цифрових інструментів у межах єдиної стратегії національного брендингу, що дозволяє підвищити ефективність зовнішньої комунікації держави та розширити її присутність у глобальному середовищі. Розвиток міжнародних партнерств і культурних мереж створює нові можливості для взаємодії з різними аудиторіями. Оскільки

⁹⁰ Дубовик Н. А., Шило О. В. Культурна дипломатія як інструмент міжнародної комунікації України. *Молодий вчений*. 2023. № 4 (116). С. 72

культурна дипломатія функціонує в умовах постійних змін, її адаптивність визначає результативність реалізації. Поєднання стратегічного планування та гнучкості у практичній діяльності забезпечує довготривалий ефект. Водночас системність підходів дозволяє формувати стабільний позитивний імідж держави. Таким чином, культурна дипломатія зберігає ключове місце у структурі національного брендингу Федеративної Республіки Німеччина.

ВИСНОВКИ

Проведений аналіз підтвердив, що Федеративна Республіка Німеччина сформувала одну з найбільш ефективних моделей культурної дипломатії, яка базується на поєднанні інституційної стабільності, стратегічного планування та гнучкості у використанні сучасних комунікаційних інструментів. Оскільки культурна дипломатія Німеччини реалізується через діяльність численних інституцій, міжнародних програм і культурних заходів, вона забезпечує багаторівневий вплив на міжнародну аудиторію. У процесі дослідження було зроблено наступні висновки:

1) Стан наукової розробки проблеми культурної дипломатії та національного брендингу характеризується концептуальною різноманітністю, оскільки дослідницькі підходи формуються у межах політичної науки, культурології та теорії міжнародних комунікацій, що зумовлює багатовимірність інтерпретацій відповідних явищ. Оскільки джерельна база охоплює як фундаментальні наукові праці, так і аналітичні матеріали міжнародних організацій, її використання забезпечує комплексність дослідження та дозволяє врахувати різні рівні аналізу. Залучення різнотипних джерел сприяло зіставленню існуючих концепцій та виявленню спільних закономірностей у трактуванні культурної дипломатії як інструменту формування іміджу держави. Водночас систематизація наукових підходів дала змогу виокремити домінантні напрями дослідження цієї проблематики. Узагальнення теоретичних положень дозволило визначити місце культурної дипломатії у сучасних міжнародних відносинах. У підсумку джерельна база забезпечила формування науково обґрунтованої основи дослідження.

2) Формування понятійно-категоріального апарату дослідження потребувало уточнення змісту ключових категорій, оскільки такі поняття, як культурна дипломатія, публічна дипломатія та національний брендинг, інтерпретуються по-різному залежно від теоретичного підходу та наукової традиції. Оскільки термінологічна визначеність забезпечує логічну

узгодженість дослідження, її досягнення стало необхідною передумовою подальшого аналізу. Використання комплексу загальнонаукових і спеціальних методів дозволило дослідити об'єкт у динаміці та виявити його функціональні характеристики. Поєднання аналізу, синтезу та порівняння забезпечило можливість узагальнення отриманих результатів і формування цілісного бачення проблеми. Водночас застосування системного підходу дозволило розглядати культурну дипломатію як складну багаторівневу систему. У результаті методологічний інструментарій забезпечив наукову достовірність дослідження.

3) Історичні передумови формування національного бренду Федеративної Республіки Німеччина визначаються трансформаційними процесами, що відбувалися у другій половині ХХ століття, оскільки післявоєнний розвиток держави супроводжувався зміною політичної системи, економічної моделі та міжнародного позиціонування. Оскільки період відновлення поєднувався із поступовою інтеграцією до європейських структур, сформувався новий образ держави як надійного та відповідального партнера. Економічне зростання, яке стало результатом структурних реформ, забезпечило закріплення позитивного іміджу у міжнародному середовищі. Водночас демократичні цінності визначили ідеологічну основу позиціонування Німеччини. Аналіз історичних чинників дозволив виокремити ключові етапи формування її міжнародного образу. У підсумку історичний розвиток виступає визначальним чинником національного брендингу.

4) Національний брендинг виступає інструментом системного формування міжнародного іміджу держави, оскільки він забезпечує узгодження політичних, економічних і культурних характеристик у межах єдиної моделі позиціонування. Оскільки імідж формується під впливом різних факторів, ефективність брендингу залежить від рівня інтеграції цих складових. Культурна дипломатія у цьому контексті забезпечує наповнення бренду ціннісним змістом, що дозволяє формувати довіру до держави. Водночас стратегічний характер брендингу забезпечує його включення у

зовнішньополітичну діяльність. Поєднання символічних і практичних компонентів сприяє формуванню цілісного образу країни. У підсумку національний брендинг виступає ключовим механізмом міжнародного позиціонування.

5) Модель національного брендингу Федеративної Республіки Німеччина формується як багаторівнева система, що поєднує економічну стабільність, культурні цінності та політичну відповідальність, забезпечуючи узгодженість іміджевої політики держави. Оскільки така модель базується на інтеграції різних інструментів впливу, вона дозволяє формувати цілісний образ країни у міжнародному середовищі. Важливу роль у її реалізації відіграє культурна дипломатія, яка забезпечує змістовне наповнення бренду. Водночас поєднання традиційних і сучасних підходів дозволяє адаптувати модель до змін глобального середовища. Комплексний характер цієї системи визначає її ефективність. У підсумку німецька модель брендингу виступає прикладом успішного стратегічного позиціонування.

6) Інституційні механізми реалізації культурної дипломатії Німеччини характеризуються високим рівнем координації, оскільки взаємодія між державними та недержавними структурами здійснюється у межах єдиної стратегічної моделі. Оскільки діяльність інституцій узгоджується на рівні зовнішньополітичних пріоритетів, забезпечується послідовність їх функціонування. Культурні, освітні та медійні організації формують різні напрями впливу на міжнародну аудиторію. Водночас багаторівнева структура дозволяє охоплювати як масові, так і професійні аудиторії. Поєднання інституційних ресурсів створює синергетичний ефект. У підсумку інституційна система забезпечує ефективність культурної дипломатії.

7) Аналіз практичних кейсів культурної дипломатії Німеччини дозволив виявити особливості їх функціонування, оскільки діяльність інституцій поєднується із реалізацією культурних, освітніх та інформаційних проєктів, спрямованих на формування міжнародного іміджу держави. Оскільки кожен із кейсів виконує специфічну функцію, їх поєднання

забезпечує комплексний вплив на різні цільові аудиторії. Реалізація таких практик демонструє здатність культурної дипломатії адаптуватися до сучасних глобальних умов. Водночас поєднання різних форматів діяльності підсилює ефективність комунікації. Вплив кейсів простежується як на інституційному рівні, так і у сфері сприйняття держави. У підсумку практичні кейси підтверджують результативність культурної дипломатії.

8) Місце культурної дипломатії у сучасній стратегії національного брендингу визначається її інтеграційною функцією, оскільки вона поєднує культурні, освітні та інформаційні інструменти у межах єдиної системи зовнішньої комунікації держави. Оскільки культурна дипломатія адаптується до змін міжнародного середовища, вона забезпечує гнучкість іміджевої політики. Поєднання традиційних і цифрових форматів розширює можливості її реалізації. Водночас довгостроковий характер культурного впливу забезпечує стабільність міжнародного іміджу. Взаємодія різних інструментів формує цілісну модель брендингу. У підсумку культурна дипломатія посідає ключове місце у системі національного брендингу.

Проведене дослідження підтверджує, що культурна дипломатія Федеративної Республіки Німеччина є ефективним інструментом формування позитивного міжнародного іміджу держави, оскільки вона забезпечує довгостроковий вплив через культурні, освітні та інформаційні практики. Оскільки сучасні міжнародні відносини характеризуються зростанням ролі нематеріальних чинників, значення культурної дипломатії постійно посилюється. У межах роботи було встановлено, що саме системність реалізації забезпечує її результативність. Водночас поєднання різних інструментів дозволяє формувати комплексний образ держави. Це сприяє зміцненню міжнародної довіри. Таким чином, культурна дипломатія виступає ключовим елементом сучасної іміджевої політики.

Отримані результати дослідження можуть бути використані у подальших наукових розробках, а також у практичній діяльності, пов'язаній із формуванням державного іміджу та реалізацією зовнішньої політики, оскільки

вони дозволяють визначити ефективні механізми використання культурної дипломатії у процесі національного брендингу. Оскільки сучасні умови вимагають адаптації стратегій комунікації до глобальних змін, результати роботи можуть бути застосовані для вдосконалення іміджевої політики. Водночас вони створюють основу для подальшого вивчення ролі культурних інструментів у міжнародних відносинах. Це дозволяє розширити наукові підходи до дослідження державного брендингу. Таким чином, дослідження має як теоретичне, так і практичне значення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аракелова І.О., Лісютін А.І. Формування національного бренду: теоретико-методичний аспект. *Економіка та суспільство*. 2025. № 72. С. 1-7.
2. Банчук-Петросова О.В., Петрова Н.О. Культурна дипломатія як м'яка сила в міжнародних переговорах. *Економіка та суспільство*. 2025. № 74.
URL:
<https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/download/6044/5983/>
(дата звернення 23.03.2026)
3. Бондар Д. В., Прихненко М. І. Бренд Німеччини як інструмент зовнішньої політики. URL: <https://jvestnik-sss.donnu.edu.ua/article/view/9906/9829>
4. Бондар Д. Сучасна політика Німеччини щодо України. *Збірка матеріалів IV Міжнародної наукової конференції студентів і молодих вчених «Травневі студії 2022: історія, міжнародні відносини», присвяченої 85-річчю Донецького національного університету імені Василя Стуса і факультету історії та міжнародних відносин Донецького національного університету імені Василя Стуса*. Вип. 7. Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса, 2022. С. 101-103.
5. Данкевич В. Є., Захаріна О. В., Походенко В. М. Генезис ідеї брендингу як інструменту публічного управління. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2021. № 2. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1973> .
6. Дзюба О. А. Формування позитивного культурного іміджу країни (на прикладі Німеччини). *Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти*. 2020. № 5. С. 218-236.
7. Драч В. В. Культурна дипломатія в умовах глобального розвитку суспільств. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2024. № 2. С. 33-38.
8. Дубовик Н. А., Шило О. В. Культурна дипломатія як інструмент міжнародної комунікації України. *Молодий вчений*. 2023. № 4 (116). С. 72–76.

9. Захаріна О. В., Соколовський П. О. Державний брендинг у забезпеченні національних інтересів: дефініції та суспільна необхідність. *Інвестиції: практика та досвід*. 2023. № 23. С. 145-148.

10. Зикун Н. І. Культурна дипломатія у контексті міжнародних стратегічних комунікацій. *Вісник Маріупольського державного університету серія: філологія*. 2020, Вип. 22. С. 165–177.

11. Іванцова З. А. Місцеве самоврядування (комунальне управління) в землях ФРН: порівняльно-правове дослідження: дис. ... д-ра філософії за спеціальністю 081 «Право» (08 – Право). Київ, 2021. 206 с.

12. Коберська А. Еволюція концепції культурної дипломатії. *Травневі студії: історія, політологія, міжнародні відносини . Матеріали міжнародної конференції*. 2020. С. 117– 120.

13. Костиця І. О., Шевченко М. І., Янченко Н. М. Культурна дипломатія як ідентифікатор держави в контексті глобалізації. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2021. № 4. С. 20–25.

14. Кошелєва О. Б., Кравчук О. А., Цисельська О.В. Комунікаційна культура в умовах глобалізації та її вплив на формування іміджу країни. *Питання культурології*. 2021. Вип. 38. С. 287–300.

15. Матяш І., Матвієнко В. Культурна дипломатія: навчальний посібник. Київ, 2021. 252 с.

16. Мицик Л. Культурна дипломатія як інструмент формування міжнародного іміджу України. *Література та культура Полісся*. 2022. №15. С. 70-84.

17. Мицик Л. М. Культурна дипломатія: навчально-методичний посібник. Ніжин: НДУ ім. М. Гоголя, 2024. 70 с.

18. Паніна І., Рибак Д. Культурна дипломатія у стратегії національного брендингу України. *Геополітичні пріоритети України*. 2021. № 1(26). С. 49-59.

19. Парчевська В. В., Паніна І. Г. Дискусія щодо поняття «культурна дипломатія». *Вісник ДНУ ім. В. Стуса*. 2020. № 6. С. 74–78.

20. Петь І., Олійник І., Тертиця О. Брендинг як інструмент формування інвестиційної привабливості територій. *Галицький економічний вісник*. 2020. № 4. С. 173-180.

21. Піпченко Н., Лепеха Я. Підтримка зовнішньополітичної діяльності Німеччини інструментами стратегічних комунікацій. *Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії*. 2023. No 1 (15). С. 75-90.

22. Стасевська О. А., Маланчук І. І. Культурна дипломатія: симбіоз культурного та правового потенціалу. *Право та інновації*. 2021. № 1 (33). С. 89–95.

23. АКВР – Ein Rückblick. URL: https://www.goethe.de/resources/files/pdf214/buch_akbp.pdf (дата звернення: 06.04.2026)

24. Auswärtige Kultur - und Bildungspolitik: Starke Netzwerke in Zeiten geopolitischer Umbrüche. Auswärtiges Amt. URL: <https://www.auswaertiges-amt.de/de/aussenpolitik/kultur-und-gesellschaft/01-ziele-und-aufgaben> (дата звернення: 06.04.2026)

25. Auswärtige Kultur- und Bildungspolitik. URL: https://link.springer.com/rwe/10.1007/978-3-658-34381-1_77-2 (дата звернення: 06.04.2026)

26. Auswärtige Kulturpolitik der Bundesrepublik Deutschland. 2007. URL: <https://www.bundestag.de/resource/blob/414764/985e4f193867cc676bdc8dff6480f1d/wd-10-053-07-pdf-data.pdf> (дата звернення: 06.04.2026)

27. Bericht der Bundesregierung zur Auswärtigen Kultur- und Bildungspolitik für das Jahr 2022. URL: <https://dserver.bundestag.de/btd/20/098/2009845.pdf> (дата звернення: 06.04.2026)

28. Country profiles. Germany. *European Cultural Foundation*. URL: <https://culturalfoundation.eu/wp-content/uploads/2021/02/Germany.pdf> (дата звернення: 06.04.2026)

29. Energiewende: Geschichte, aktuelle Situation, Zukunft - energiewende.de. Energiewende: Geschichte, aktuelle Situation, Zukunft - energiewende.de. URL: <https://www.energiewende.de/start>

30. Germany - Countries - Office of the Historian. Latest News - Office of the Historian. URL: <https://history.state.gov/countries/germany>

31. Germany - EU country profile | European Union. *European Union*. URL: https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/eu-countries/germany_en (дата звернення: 23.03.2026).

32. Germany - The World Factbook. We are the Nation's first line of defense - CIA. URL: <https://www.cia.gov/the-world-factbook/countries/germany/#introduction> (дата звернення: 23.03.2026).

33. Germany Foreign Direct Investment. *Macrotrends*. URL: <https://www.macrotrends.net/global-metrics/countries/deu/germany/foreign-direct-investment>

34. Germany in the United Nations. *German Federal Foreign Office*. 17.12.2024. URL: <https://www.auswaertiges-amt.de/en/sr-mitgliedschaft-391348>

35. Germany's Soft Power 2030. Forum Kultur und Außenpolitik – ifa. URL: <https://culturalrelations.ifa.de/en/research/results/germanys-soft-power-2030/>

36. Goethe-Institut. *Sprache. Kultur. Deutschland*. URL: <https://www.goethe.de/de/index.html>

37. GreenTech Made in Germany. *United Nations. Department of Economic and Social Affairs. Sustainable Development*. URL: <https://sdgs.un.org/partnerships/greentech-made-germany> (дата звернення: 23.03.2026).

38. Helmut K. Anheier, Christoph M. Abels, Yuqing Yang, Edward Knudsen. Germany's Soft Power 2030. *Institut für Auslandsbeziehungen*. 2022. URL: <https://www.ifa.de/en/publications/results/germanys-soft-power-2030/>

39. Humanitarian Assistance. *deutschland.de*. URL: <https://www.deutschland.de/en/humanitarian-assistance> (дата звернення: 23.03.2026).

40. Julian Wettengel New German environment minister promises climate action programme by end of 2025. *Clean Energy Wire*. 2025. URL: <https://www.cleanenergywire.org/news/new-german-environment-minister-promises-climate-action-programme-end-2025>

41. Kelechi W. Public Diplomacy and Nation Branding. *Journal of Public Relations*. 2024. Vol. 3, no. 1. P. 43.

42. Klimaschutzprogramm 2030. Website of the Federal Government Bundesregierung. URL: <https://www.bundesregierung.de/breg-en/issues/climate-action/klimaschutzprogramm-2030-1674080> (дата звернення: 23.03.2026).

43. Koshkalda I., Bezuhla L., Nihatova O., Ilchenko T. Brand as a marketing tool for growth in organic sales: Evidence from Ukraine. *International Journal of Technology Management & Sustainable Development*. 2020. № 19:3. P. 297–316.

44. Menschen bewegen: Räume für Dialog schaffen, Brücken bauen, Perspektiven entwickeln. URL: https://www.daad-brussels.eu/files/2022/10/AKBP-Bericht_2016_.pdf (дата звернення: 06.04.2026)

45. Neujustierung der Auswärtigen Kulturpolitik. Drucksache 16/6604 – Auswärtige Kultur- und Bildungspolitik. <https://dserver.bundestag.de/btd/16/066/1606604.pdf> (дата звернення: 06.04.2026)

46. News and current affairs from Germany and around the world - DW. dw.com. URL: <https://www.dw.com/en/> (дата звернення: 23.03.2026).

47. Permanent Mission of the Federal Republic of Germany to the United Nations in New York. Permanent Mission of the Federal Republic of Germany to the United Nations. URL: <https://new-york-un.diplo.de/un-en> (дата звернення: 23.03.2026).

48. Renewable Energy. *BMWE - Bundesministerium für Wirtschaft und Energie*. URL: <https://www.bmwk.de/Redaktion/EN/Dossier/renewable-energy.html>

49. Germany. *Sustainable Development Report 2025*. URL: <https://dashboards.sdgindex.org/profiles/germany>

50. The German Energiewende. *Agora Energiewende*. URL: <https://www.agora-energiewende.org/about-us/the-german-energiewende>

51. The tools for a strong EU on the world stage. Germany's Presidency of the Council of the European Union. URL: <https://www.eu2020.de/eu2020-en/strong-eu-in-the-world/2368430>

52. Wood S. Das Deutschlandbild: National Image, Reputation and Interests in Post-War Germany. *Contemporary European History*. 2018. T. 27, № 4. C. 651–673.