

УДК 327.8:32.019.5"2014/2025"

DOI: 10.60022/3(6)-32S

Кальватинська Анастасія Олександрівназдобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна**Kalvatynska Anastasiia**

higher education applicant at the first (Bachelor's) level

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

ORCID: 0009-0005-8330-1355

Мельничук Наталія Борисівна

кандидат політичних наук

доцент кафедри міжнародної інформації

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

Melnychuk Nataliya

Candidate of Political Sciences

Associate Professor at the Department of International Information

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

ORCID: 0009-0009-4481-4384

ЄВРОБАЧЕННЯ ЯК ПОЛІТИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТ СУЧАСНОЇ КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ

Анотація. В сучасних умовах особливої ролі в реалізації зовнішньої політики держави набуває залучення культурних інструментів, які дозволяють державі досягати стратегічних цілей без застосування методів прямого тиску. Участь країни в міжнародних культурних, освітніх, наукових та ін. заходах стає інструментом не лише активізації взаємодії із світовим співтовариством, збільшення впізнаваності національного бренду, але й посилення свого міжнародного позиціювання, транслявання політичних або ідеологічних меседжів, поширення власних наративів, тим самим підвищення ефективності реалізації механізмів забезпечення національних інтересів та стратегічних цілей у глобальному просторі.

Для України після 2014 року культурна дипломатія набула характеристики критично важливого інструменту протидії агресії та мобілізації глобальної підтримки. Можливість охоплення світової аудиторії подібних масштабів, подолання «фільтрів недовіри та упередження», притаманних практично будь-яким національним заходам в іншій країні, можливість транслявання як національної, державної, так і особистої позиції учасників робить Євробачення дієвим інструментом зовнішньої політики та міжнародної комунікації.

Ключові слова: зовнішня політика, політична стратегія, культурна дипломатія, «м'яка сила», політичні меседжі, міжнародний імідж, Євробачення.

EUROVISION AS A POLITICAL INSTRUMENT OF MODERN CULTURAL DIPLOMACY

Abstract. The elaboration and implementation of political strategies play a key role in modern state-building. In the early stages of the international relations' evolution, political strategy was interpreted through the military force threats and potential usage. However, over time, this approach has transformed into a complex system that combines economic and informational means of influence. Nowadays, the implication of cultural instruments, which allow the state to achieve strategic goals without using direct pressure, plays a special role in the implementation of the state's foreign policy. The country's participation in international cultural, educational, scientific, etc. events becomes a tool not only for intensifying interaction with the world community or increasing the recognition of the national brand, but also for strengthening its international positioning, broadcasting political or ideological messages, disseminating its national narratives, thereby increasing the effectiveness of the mechanisms for ensuring national interests and strategic goals at the global



arena.

For Ukraine's political strategy, cultural diplomacy has acquired the characteristics of a critically important tool for countering aggression and mobilizing global support. The capability to reach a global audience as much as possible, to overcome the "filters of distrust and prejudice" inherent in almost any national event in another country, and the ability to broadcast the national, state, and personal positions of the participants make Eurovision an effective tool of foreign policy and international communication.

The study of using the Eurovision as a tool of "soft power" by a country suffering from external aggression or in need of an international platform for the wide dissemination of its own narratives is of high interest both in the context of implementing the state's political strategy and from the point of view of international communication processes and international state branding.

Keywords: foreign policy, political strategy, cultural diplomacy, "soft power", political messages, international image, Eurovision.

Постановка проблеми. Інтерес дослідників, як теоретиків міжнародних відносин, так і практиків, до проблематики залучення культурних інструментів реалізації політичної стратегії держави актуалізується ще більше, оскільки на фоні збільшення кількості збройних конфліктів у світі, засоби культурної дипломатії демонструють шляхи не лише посилення бренду держави, але й просування власних наративів та реалізації національних інтересів дипломатичними засобами та в межах міжнародноправового поля.

В цьому контексті сцена Євробачення надає найширші можливості трансляції меседжів на світову аудиторію, уникаючи перешкод національної цензури країни-адресата, політичної чи ідеологічної конкуренції, спотворення змісту меседжів при перекладі чи посередництві мас-медіа. В той же час принцип аполітичності конкурсу напругу забороняє змістові, вербальні, візуальні, поведінкові чи інші маркери політичного характеру і може призвести до дискваліфікації країни чи учасників, що його порушують. Проте аналіз виступів учасників Євробачення протягом останніх 10 років виявив зростаючі тенденції використання конкурсу для демонстрації власної або національної політичної позиції. Дослідження таких проявів становить інтерес як для виявлення позиції громадян країни з приводу певних міжнародних подій, так і для виявлення найбільш ефективних методів комунікаційного впливу на світову аудиторію при плануванні власної інформаційної кампанії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанню ефективності методів «м'якої сили» в реалізації зовнішньої політики держави, зокрема, засобів культурної дипломатії, присвячено значну кількість робіт як вітчизняних, так і іноземних дослідників. Дослідженню особливих характеристик культурних інструментів як складової «м'якої сили», їх політичного значення присвячено роботи Дж. Сані та Х. Фатіма [1], О. Ходченко та Є. Коверської [2]. А С. Занелла, Е. Невес та Л. да Сілва [3] акцентують увагу на виокремленні унікальних характеристик їх впливу, таких як низька конфліктність, емоційна сила та масова доступність. Дослідженню окремих регіональних кейсів прояву політичних складових під час Євробачення присвячені публікації С. Кайя [4], Г. Грінвалда [5] та ін. Проявам фаворитизму та впливу політичних упереджень під час голосувань на Євробаченні присвячено дослідження Ф. Пота [6], в якому представлено спробу виявлення основних географічних паттернів голосування серед європейських країн. Проте питання систематизації комунікаційних інструментів декларування політичного меседжу в умовах публічного виступу розважального характеру досліджено недостатньо. Також окремої уваги потребує вивчення динаміки використання різних типів таких виявів в контексті сучасних міжнародних подій.

Метою статті є дослідження особливостей впливу політичних подій міжнародного та національного характеру на комунікаційні характеристики виступів учасників Євробачення, результати голосування, можливостей систематизації використаних комунікаційних інструментів.

Виклад основного матеріалу. Культура та інструменти культурної дипломатії все в більшій мірі розглядаються як складові реалізації зовнішньої політики держав світу. Через створення та поширення культурного продукту на іноземну чи національну аудиторію держава просуває політичні та ідеологічні наративи. Засобами культури здійснюється пряма чи прихована пропаганда. Через культурний продукт, особливо розважального характеру, здійснюється інформаційний вплив на широку аудиторію. Особливої активності цей процес набув протягом останнього десятиліття. Використання Євробачення як політичної стратегії в зовнішній політиці стало системною практикою багатьох держав, що прагнуть посилити своє міжнародне позиціонування. Через міжнародні фестивалі та масові заходи з мільйонною аудиторією, такі як пісенний конкурс Євробачення, держави демонструють свої цінності міжнародній спільноті.

Для України важливим етапом формування сприйняття Євробачення як інструменту комунікації

українського національного наративу стало посилення інституційної бази. Реформа Суспільного мовлення (НСТУ) заклала фундамент для професійного використання конкурсу як інструменту «м'якої сили» [7]. Держава почала розглядати Євробачення як платформу для брендингу нації, де через музику, зміст, візуальні образи можна транслювати політичну волю. В свої виступи виконавці, що представляють Україну на пісенному конкурсі Євробачення, прагнуть вбудовувати символічні сенси та наративи, сучасні політичні цінності, національну ідентичність та історичну пам'ять. Одним з найяскравіших прикладів є виступ Джамали з піснею «1944», що здобула перемогу для України у 2016 році. Історичний біль від депортації кримських татар, особистий зв'язок виконавиці з подіями пісні, метафорична відсилка до поточних політичних подій дозволили актуалізувати складні політичні меседжі в зрозумілій міжнародній аудиторії формі, хоча сама пісня і не була прямою політичною заявою.

Перемога гурту Kalush Orchestra у 2022 році стала яскравим прикладом того, як поєднання фольклорних мотивів із сучасними жанрами здатне викликати глибоку міжнародну симпатію. Перемога за кілька місяців після початку повномасштабного вторгнення надала участі України потужного емоційного виміру, перетворивши музичний виступ на акт глобальної підтримки та солідарності [8]. Не менш насиченими символічними меседжами стали виступи гурту TVORCHI з композицією «Heart of Steel» у 2023 р. і використання образу «сталевого серця» як символу незламності; дуєт alyona alyona & Jerry Heil в 2024 р. і сценічна постановка української режисерки та номінантки на Греммі Таню Муїньо, символічність костюмів та просування ідеї жіночої сили, стійкості і єдності нації [9].

Особливе місце у зовнішньополітичній стратегії України займають періоди проведення конкурсу безпосередньо на території держави або від її імені. Проведення Євробачення-2017 у Києві стало стратегічним майданчиком для трансляції меседжу про Україну як безпечну, сучасну та європейську державу. Унікальним став прецедент 2023 року, коли з безпекових міркувань Україна реалізовувала право на проведення конкурсу спільно з Великою Британією у Ліверпулі. Виділення британським урядом 10 млн фунтів на підтримку української складової конкурсу підтвердили статус Євробачення як потенційного майданчика для формування політичних альянсів [10].

Особливе місце посідає досвід участі Ізраїлю в конкурсах 2024-2025 рр., що перетворилась на інструмент культурного самоствердження в умовах різкого зростання міжнародної критики та політичної напруги. За вимогою Європейської мовної спілки (ЄМС) початкова назва композиції «October Rain» (2024), що містила прямі відсилки до подій 7 жовтня 2023 року, була змінена на нейтральну «Hurricane». Вимога офіційно була мотивована тим, що правила конкурсу забороняють будь-яку політичну пропаганду або відсилки до поточних конфліктів. Протестний вимір участі Ізраїлю вийшов далеко за межі концертної зали, спровокувавши масові демонстрації у Мальме (2024) та Базелі (2025), а також численні відкриті листи країн та окремих учасників з вимогами виключення держави з конкурсу. Ескалація навколо участі Ізраїлю призвела до того, що наприкінці 2025 року п'ять держав (Іспанія, Ірландія, Нідерланди, Словенія та Ісландія) відмовились від участі в Євробаченні-2026 у Відні. Мовники цих країн обґрунтували своє рішення ціннісними розбіжностями та небажанням легітимізувати дії Ізраїлю на тлі гуманітарної кризи в Газі [11]. Зокрема, Іспанія та Ірландія також наголошували на все більшій політизації конкурсу всупереч принципу політичної нейтральності та позиціонування Євробачення як «нейтральної культурної події» [11]. Попри бойкот частини країн, Ізраїль залишається серед учасників.

Використання Євробачення як інструменту зовнішньополітичної стратегії або демонстрації політичної позиції може проявлятися в різних комунікаційних засобах. Для розуміння того, наскільки масштабною є подібна практика серед європейських країн, було проаналізовано проведені конкурси за період 2014-2025 рр. за зазначеними нижче критеріями.

Базу дослідження склали участь чи відмова або заборона участі в конкурсі; виступи країн-учасниць (зміст, асоціативна відсилка, візуальне оформлення); поведінка учасників на сцені під час виступу, у грін-румі чи під час інтерв'ю; а також процес та результати голосувань в розрізі країн.

Оцінювання типів політичного використання платформи конкурсу здійснювалося за п'ятьма категоріями, представленими на рис. 1.

Першою категорією визначено кейси добровільної відмови країн або безпосередньо учасників від участі в конкурсі. Вона включає дві підкатегорії в залежності від причини відмови: добровільну відмову через політичні конфлікти між державами, і добровільну відмову через внутрішні проблеми в країні. Як приклад можна навести позицію Вірменії, яка бойкотувала проведення конкурсу в Баку в 2012р. через конфлікт з Азербайджаном. Або кейс України 2019 року, коли після відмови MARUV підписувати контракт із Суспільним мовником (НСТУ) та подальшої відмови інших фіналістів нацвідбору Україна знялася з конкурсу.

добровільна відмова від участі	• через політичні конфлікти між державами • через внутрішні проблеми в країні
дії з боку організаторів	• дискваліфікація через політичні причини • санкції й втручання ЄМС
політичні чи ідеологічні меседжі у змісті виступу	• протестні або революційні • національна ідентичність та історія • антивоєнні меседжі • ціннісні та ідеологічні меседжі • культурна автентичність
поведінка артистів та делегацій	• сценічні образи та візуальна символіка • дії поза виступом
процес голосування	• реакція аудиторії та суспільні настрої • бали від професійних журі та від глядачів

Рис. 1. Категорії структурування проявів використання Євробачення в політичному контексті
Джерело: сформовано авторами

В другу категорію включено дії з боку організаторів: дискваліфікація через політичні причини; санкції й втручання ЄМС. Рішення про допуск або дискваліфікацію держави відображає її міжнародне сприйняття та підтримку/засудження її політичного курсу. Одним із таких прецедентів стала дискваліфікація Білорусі у 2021 році, що відбулась ще до початку конкурсу через політичний підтекст заявленої для участі пісні [12]. А в 2022 році було відсторонено від участі в Євробаченні РФ через повномасштабне вторгнення в Україну [13]. Також прикладом є кейс цензурування з боку ЄМС назви та тексту виступу виконавиці з Ізраїлю, Еден Голан, в 2024 році.

Третя категорія стосується просування політичних меседжів у піснях, що робить конкурс полем реалізації зовнішньополітичної стратегії. Учасники часто обирають пісні таким чином, щоб донести до світової аудиторії біль чи ідентичність власного народу. Наприклад, виступ Джалали в 2016 році з піснею «1944» - символом депортації кримських татар та відсилкою до анексії Криму. Окрему форму використання Євробачення як інструменту зовнішньополітичної комунікації в межах зазначеної категорії демонструє Швейцарія – держава з усталеною традицією нейтралітету. У 2023 році країна представила пісню «Watergun», яка транслиувала антивоєнний меседж. Хоча у тексті не згадувалась жодна конкретна держава чи конфлікт, рядки «I don't wanna be a soldier, I don't wanna play with real blood» були широко інтерпретовані європейською аудиторією як відгук на повномасштабну війну Росії проти України. Водночас відмова від прямої геополітичної конкретизації дозволила Швейцарії зберегти формальну відповідність принципу аполітичності конкурсу [14].

Характерним проявом використання Євробачення як зовнішньополітичної стратегії стали випадки, коли артисти чи делегації цілеспрямовано транслиували політичні або ідеологічні меседжі через візуальні характеристики свого виступу чи поведінку на сцені. Вони уникали формальних заяв, але використовували сценічну символіку та публічні жести для того, щоб привернути міжнародну увагу до певних проблем або позицій своїх країн. Такі прояви об'єднано в четверту категорію. До неї віднесено сценічні образи та візуальна символіка під час виступу, а також поведінка артистів та делегацій поза виступом. Прикладом є виступ ісландського гурту Hataari на Євробаченні у Тель-Авіві в 2019 р. Під час оголошення результатів фіналу музиканти підняли шарфи з палестинським прапором. У результаті ЄМС оголосила, що жест суперечить правилам конкурсу, і наклала штраф на ісландського мовника RUV за порушення заборони на політичні висловлювання [15].

П'ятою категорією є процес голосування, результати якого відображають реакцію аудиторії та суспільні настрої, демонструючи рівень підтримки, солідарності або симпатії між країнами. До цієї категорії віднесено кейси взаємного голосування між дружніми країнами або на знак підтримки. Наприклад, традиційно високі бали між Кіпром та Грецією як від професійних журі, так і від глядачів, або між Україною та Польщею. Також показовим є кейс, коли в українському сегменті соціальних мереж з'являються заклики підтримати Молдову, оскільки її представник відвідав український національний відбір у лютому 2026р. попри складні безпекові та соціальні умови, що демонструє підсилення політико-емоційних складових голосування та ігнорування власне музичних характеристик виступу.

З метою кількісної оцінки інтенсивності проявів використання Євробачення як інструменту зовнішньополітичної стратегії держав було введено шкалу оцінювання від 1 до 10, де 1 – мінімально виражений прояв, а 10 – максимально. Оцінювання здійснювалось з урахуванням двох основних параметрів: масовості (ступеня обговорюваності події в медіа та її поширення серед широкої аудиторії) та сили впливу (значущості події для формування міжнародного іміджу країни та її загального політичного сприйняття).

Структуризація проводилася за трьома узагальнюючими критеріями (рис. 2)

Зміст виступу та поведінка учасників	Сприйняття аудиторією	Організаційні рішення та відмова від участі
• ключовим є меседж, закладений у пісні, візуальні образи артистів, графічні елементи та конкретні дії представників країни та їх делегацій	• випадки, де ключове значення має реакція на виступ з боку міжнародної спільноти	• випадки, що формуються на рівні організаторів та національних мовників

Рис. 2. Критерії структурування інтенсивності проявів використання Євробачення в політичному контексті
Джерело: сформовано авторами

Нижче представлено деякі узагальнення отриманих результатів у вигляді картографічних візуалізацій, які наочні демонструють інтенсивність проявів зазначених вище категорій та критеріїв у виступах на пісенному конкурсі Євробачення за період 2014-2025рр., а також дають можливість визначити особливості та тенденції використання Євробачення як специфічного інструменту зовнішньополітичної комунікації. Чим темніший колір на картограмі, тим більш інтенсивно використовувала відповідна країна або її представники засоби кожної категорії для транслювання власних наративів чи політичну позицію. Або події, пов'язані з даною країною, викликали більший резонанс.



Рис. 3. Узагальнений рівень вираження політичних та соціальних меседжів за критерієм «Зміст виступу та поведінка учасників» за період 2014-2025рр.

Джерело: сформовано авторами за даними [16]

Картограма на рис. 3 демонструє вираження політичних та соціальних меседжів за критерієм «Зміст виступу та поведінка учасників». Найвищий показник зафіксовано в Україні (9 балів). Це пояснюється стратегічним використанням сцени для трансляції чітких політичних меседжів, що мають на меті привернути увагу до війни та мобілізувати міжнародну підтримку. Високий рівень також характерний для Хорватії (7 балів), що пов'язано з використанням гострої сатири на політичну тематику. Натомість у таких країн, як Португалія (2 бали) чи Італія (3 бали), цей прояв є мінімальним, що вказує на акцент на артистизмі та вираженні культурної автентичності, а не на політичній маніфестації. Повна відсутність балів у деяких країн демонструє, що для них виступ на Євробаченні залишається в межах традиційного культурного представлення на міжнародній арені без залучення зовнішньополітичного контексту.



Рис. 4. Узагальнений рівень інтенсивності реакції громадськості за критерієм «Сприйняття аудиторією» за період 2014-2025рр.

Джерело: сформовано авторами за даними [16]

На рис. 4 зображено показник сприйняття аудиторією виступів різних країн. Показник для України є найбільшим серед інших країн. Це характеризує підтримку та солідарність європейського глядача (аналогічний результат отримано і за іншими критеріями), що є свідченням загалом позитивного сприйняття країни на міжнародній арені та ефективності задіяних інструментів культурної дипломатії. На другому місці виявився показник Ізраїлю, для інших учасників спостерігається більш суттєвий розрив і в балах, і в політичних подіях, і, відповідно, в проявах ставлення світової аудиторії. Мінімальні показники мають Велика Британія та Чехія (1 бал), що свідчить про низьку інтенсивність симпатії аудиторії в розрізі політичного чи іміджевого схвалення. Це також може корелювати із переважно нейтральним характером виступів та поведінки учасників. Відсутність балів в багатьох країн підкреслює, що їхні результати голосування не стали інструментом публічного вираження солідарності чи засудження з боку глядачів та сприймалися як суто технічний елемент конкурсу.

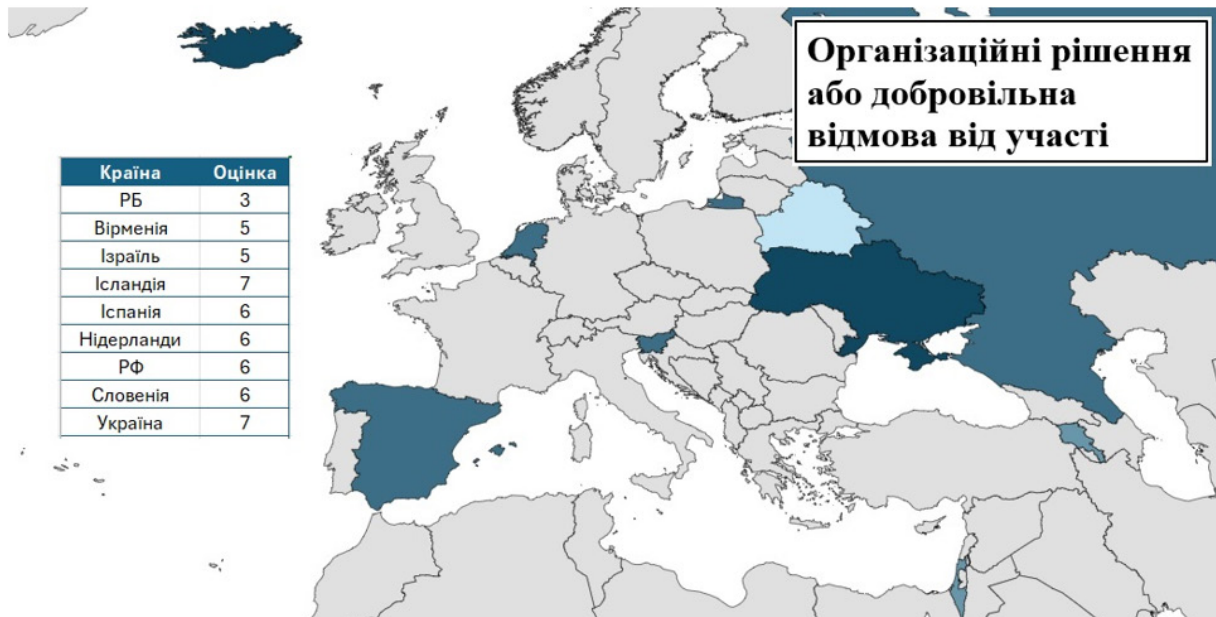


Рис. 5. Узагальнений показник інтенсивності кейсів за критерієм «Організаційні рішення та відмова від участі» за період 2014-2025рр.
Джерело: сформовано авторами за даними [16]

На картограмі рис. 5 зображено ступінь використання організаційних рішень ЄМС або добровільної відмови від участі країни чи безпосередньо її представників як інструменту впливу та вираження власної позиції. Найвищі показники зафіксовано для Ісландії та України (по 7 балів). Для України така оцінка аргументується в першу чергу низкою резонансних рішень щодо зняття з конкурсу або недопуску окремих учасників під час проведення Євробачення в країні через безпекові та політичні причини. У випадку Ісландії високий бал зумовлений активним використанням протестів та заяв, що прямо стосувались зовнішньополітичної позиції країни. Відсутність балів у багатьох країн підтверджує, що вони дотримуються стандартних процедур і не використовують адміністративні механізми чи демонстративні відмови від участі для реалізації своїх інтересів.

На рис. 6 представлено зміну рівня досліджуваних показників в розрізі країн та зазначених вище критеріїв за 2015 та 2025 роки (порівнюється зріз за рік), назви країн подано у вигляді трилітерних аббревіатур за міжнародним стандартом ISO 3166-1 alpha-3.

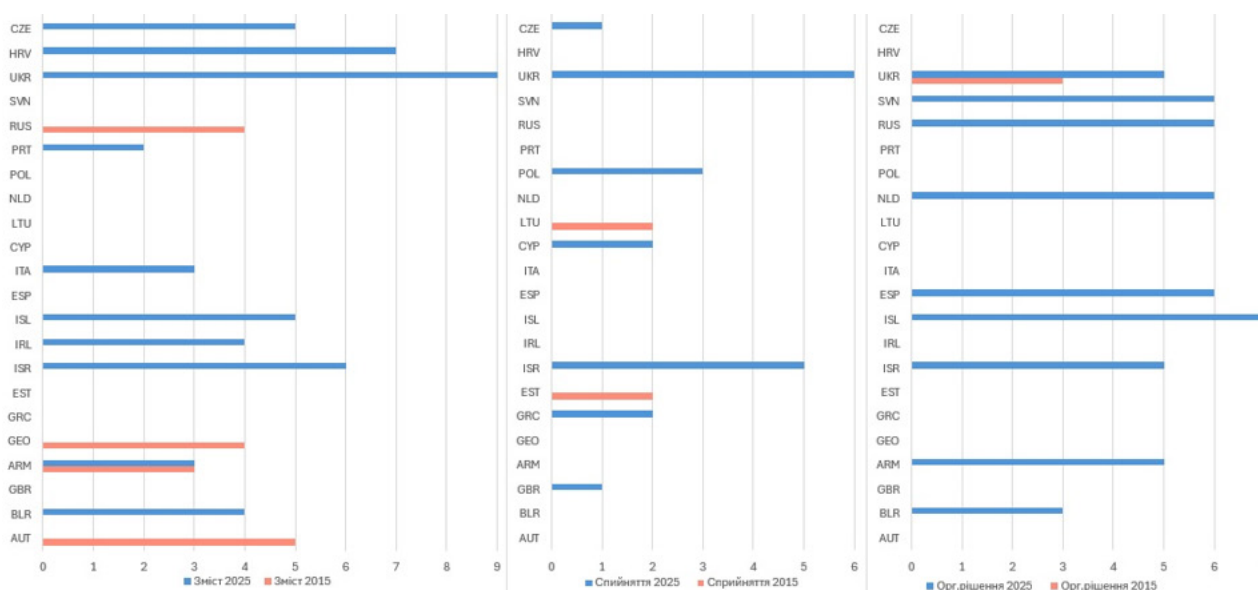


Рис. 6. Співставлення рівня використання Євробачення як інструменту зовнішньополітичної стратегії за критеріями станом на 2015 рік та 2025 рік

Джерело: сформовано авторами

Порівняння даних за 2015 та 2025 роки свідчить про суттєву трансформацію Євробачення з виключно культурного заходу на інструмент зовнішньополітичної стратегії. Станом на 2015 рік, участь більшості держав мала переважно аполітичний характер, що підтверджується мінімальними показниками в усіх категоріях. Поодинокі прояви спостерігались лише в межах середнього рівня інтенсивності, зокрема в Австрії, Грузії, Вірменії та РФ, де політичний підтекст обмежувалось змістом пісень або сценічним образом. Показники сприйняття аудиторії зафіксовані лише у випадку символічної підтримки країн Балтії. Застосування організаційних рішень або відмова від участі спостерігаються виключно в Україні. Це свідчить про те, що в 2015 році в контексті Євробачення домінувала модель «мистецтво поза політикою» та будь-які маніфестації були ситуативними та не мали масштабного резонансу.

Натомість, станом на 2025 рік, ситуація кардинально змінилась, демонструючи перехід до моделі високої інтенсивності політичної присутності. Показники змістовного наповнення виступів зросли в кілька разів, де Україна майже досягла максимуму (9 балів), а інші країни теж демонстрували стійке політичне навантаження своїх номерів. Суттєво активізувався і сектор організаційних рішень. Багато країн зазнавали дискваліфікацій, застосування санкцій з боку ЄМС та були змушені відмовитись від участі добровільно через певні політичні чи внутрішні проблеми. Показники сприйняття аудиторії також зросли. Голосування перетворилось на акт солідарності та взаємної підтримки.

Висновки. Протягом десятиліття роль Євробачення сильно змінилася. Відбувся перехід від переважно культурного формату участі країн до більш політизованої та багатовимірної платформи. Він усе більше виступає майданчиком для формування та просування позицій держав, де зміст виступів, поведінка учасників та результати голосування набувають значно більшої ваги. Аналіз показав, що країни по-різному залучають конкурс до реалізації власних інтересів. Одні обмежуються репрезентацією культурної автентичності, тоді як інші використовують зміст виступів, поведінку учасників та організаційні механізми для трансляції політичних меседжів і формування міжнародного іміджу. Водночас реакція аудиторії виступає додатковим показником сприйняття цих меседжів і рівня підтримки держав на міжнародній арені, що особливо помітно у трансформації глядацького голосування на акт солідарності. У сучасних умовах Євробачення постає простором, у якому політичні та культурні елементи тісно переплітаються та формують єдиний інструмент адвокації національних інтересів, який практично неможливо розглядати поза ширшим геополітичним контекстом.

Література

1. Sani J., Fatima K. Soft Power Strategies: Cultural Diplomacy as a Tool for Strengthening Global Alliances. 2024. DOI: <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.27930.76480> (дата звернення: 13.04.2026).
2. Ходченко О., Коверська Є. Конкурс Євробачення як інструмент культурної дипломатії.

Проблеми всесвітньої історії. 2024. № 25 С. 176-190. DOI: <https://doi.org/10.46869/2707-6776-2024-25-8> (дата звернення: 15.04.2026).

3. Zanella C., Neves Junior E., da Silva L. Cultural Diplomacy and Soft Power: critical analysis and methodological application. *Revista Brasileira de Política Internacional*. 2024. 67 (1). DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/0034-7329202400112> (дата звернення: 13.04.2026).

4. Kaya C. Turkey's Eurovision Entries as a Reflection of Political Relations with the European Union. 2023. DOI: <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.34484.42881> (дата звернення: 23.04.2026).

5. Greenwald, G. The historical coverage of televised media events in print media: The Case of the Eurovision Song Contest. *Communication & Society*. 2023. 36(4) С. 35-50. DOI: <https://doi.org/10.15581/003.36.4.35-50> (дата звернення: 23.04.2026).

6. Pot F. Mapping favouritism at the Eurovision Song Contest: does it impact the results? RUG - Faculty of Spatial Sciences. 2021. URL: <https://research.rug.nl/en/publications/mapping-favouritism-at-the-eurovision-song-contest-does-it-impact/> (дата звернення: 12.04.2026).

7. Про Суспільне телебачення і радіомовлення України : Закон України від 17.04.2014 № 1227-VII. *Відомості Верховної Ради України*. 2014. № 27. Ст. 904.

8. Hoffman J. Ukraine Wins Eurovision With Heartstring-Pulling Folk-Rap. *Vanity Fair*. URL: https://www.vanityfair.com/style/2022/05/ukraine-wins-eurovision-with-heartstring-pulling-folk-rap?srsId=AfmBOort4PU5R0sl-myyWqqaF3RmGW2oHio_rLHNPwhQ421KGqn1HOst (дата звернення: 13.04.2026).

9. Як створювали костюми для alyona alyona та Jerry Heil: палена сукня, лати, архангел Михайл та Grimes. *Суспільне Культура*. URL: <https://suspilne.media/culture/738661-ak-stvoruvali-kostumi-dla-alyona-alyona-ta-jerry-heil-palena-sukna-lati-arhangel-mihail-ta-grimes-ekskluzivni-foto/> (дата звернення: 27.04.2026).

10. British government announces £10 million of support to help host Eurovision 2023, and 3,000 tickets will be made available for displaced Ukrainians. Ministry of culture of Ukraine. URL: <https://mcsc.gov.ua/en/news/british-government-announces-10-million-of-support-to-help-host-eurovision-2023-and-3-000-tickets-will-be-made-available-for-displaced-ukrainians/> (дата звернення: 17.04.2026).

11. Країни «тікають» із Євробачення 2026 через Ізраїль: хто відмовився від участі. RFI. URL: <https://bit.ly/42ljbv> (дата звернення: 20.04.2026).

12. Чому Білорусь не пустили на Євробачення. BBC News Україна. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-56547989> (дата звернення: 26.04.2026).

13. Росію відсторонили від подальшої участі у Євробаченні. ТСН. URL: <https://tsn.ua/glamur/oficiyno-rosiyu-vidstoroni-vid-podalshoyi-uchasti-u-yevrobachenni-1993231.html> (дата звернення: 25.04.2026).

14. Swiss Eurovision entry «Watergun» evokes armed conflicts. Swiss Info. URL: <https://www.swissinfo.ch/eng/culture/swiss-eurovision-entry-watergun-evokes-armed-conflicts/48339108> (дата звернення: 20.04.2026).

15. Matamoros C. EBU fines Iceland for their band's display of Palestinian scarves during Eurovision final. *Euro News*. URL: <https://www.euronews.com/2019/09/22/ebu-fines-iceland-for-their-band-s-display-of-palestinian-scarves-during-eurovision-final> (дата звернення: 18.04.2026).

16. Eurovision Winners. All the winners from the history of the Eurovision Song Contest. URL: <https://eurovisionworld.com/eurovision> (дата звернення: 17.04.2026).

References

1. Sani J., Fatima K. (2024) Soft Power Strategies: Cultural Diplomacy as a Tool for Strengthening Global Alliances. DOI: <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.27930.76480> (accessed April 13, 2026).

2. Khodchenko, O., & Koverska, E. (2024) Konkurs Yevrobachennia yak instrument kulturnoi dyplomatii. *Problemy vsesvitnoi istorii*, No 25. pp. 176–190. DOI: <https://doi.org/10.46869/2707-6776-2024-25-8> (accessed April 15, 2026).

3. Zanella C., Neves Junior E., da Silva L. (2024) Cultural Diplomacy and Soft Power: critical analysis and methodological application. *Revista Brasileira de Política Internacional*, 67 (1). DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/0034-7329202400112> (accessed April 13, 2026).

4. Kaya C. (2023) Turkey's Eurovision Entries as a Reflection of Political Relations with the European Union. DOI: <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.34484.42881> (accessed April 23, 2026).

5. Greenwald, G. (2023) The historical coverage of televised media events in print media: The Case of the Eurovision Song Contest. *Communication & Society*, 36 (4), 35-50. DOI: <https://doi.org/10.15581/003.36.4.35-50> (accessed April 23, 2026).

6. Pot F. (2021) Mapping favouritism at the Eurovision Song Contest: does it impact the results?

RUG - Faculty of Spatial Sciences. Available at: <https://research.rug.nl/en/publications/mapping-favouritism-at-the-eurovision-song-contest-does-it-impact/> (accessed April 12, 2026).

7. Pro Suspilne telebachennia i radiomovlennia Ukrainy : Zakon Ukrainy vid 17.04.2014 № 1227-VII. (2014) *Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy*, No 27. pp. 904.

8. Hoffman J. (2022) Ukraine Wins Eurovision With Heartstring-Pulling Folk-Rap. Vanity Fair. Available at: https://www.vanityfair.com/style/2022/05/ukraine-wins-eurovision-with-heartstring-pulling-folk-rap?srsId=AfmBOort4PU5R0sl-myyWqqaF3RmGW2oHio_rLHNPwhQ421KGqn1H0st (accessed April 13, 2026).

9. Yak stvoriuvaly kostiumy dlia alyona alyona ta Jerry Heil: palena suknia, laty, arkhanhel Mykhail ta Grimes. Suspilne Kultura. Available at: <https://suspilne.media/culture/738661-ak-stvoruvali-kostumi-dla-alyona-alyona-ta-jerry-heil-palena-sukna-lati-arhangel-mihail-ta-grimes-ekskluzivni-foto/> (accessed April 27, 2026).

10. British government announces £10 million of support to help host Eurovision 2023, and 3,000 tickets will be made available for displaced Ukrainians. Ministry of culture of Ukraine. Available at: <https://mcsc.gov.ua/en/news/british-government-announces-10-million-of-support-to-help-host-eurovision-2023-and-3-000-tickets-will-be-made-available-for-displaced-ukrainians/> (accessed April 17, 2026).

11. Krainy «tikaiut» iz Yevrobachennia 2026 cherez Izrail: khto vidmovyvsia vid uchasti. RFI. Available at: <https://bit.ly/42lbjv> (accessed April 20, 2026).

12. Chomu Bilorus ne pustyly na Yevrobachennia. BBC News Ukraina. Available at: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-56547989> (accessed April 26, 2026).

13. Rosiiu vidstoronyly vid podalshoi uchasti u Yevrobachenni. TSN. Available at: <https://tsn.ua/glamur/oficiyno-rosiyu-vidstoroni-vid-podalshoyi-uchasti-u-yevrobachenni-1993231.html> (accessed April 25, 2026).

14. Swiss Eurovision entry «Watergun» evokes armed conflicts. Swiss Info. Available at: <https://www.swissinfo.ch/eng/culture/swiss-eurovision-entry-watergun-evokes-armed-conflicts/48339108> (accessed April 20, 2026).

15. Matamoros C. EBU fines Iceland for their band's display of Palestinian scarves during Eurovision final. Euro News. Available at: <https://www.euronews.com/2019/09/22/ebu-fines-iceland-for-their-band-s-display-of-palestinian-scarves-during-eurovision-final> (accessed April 18, 2026).

16. Eurovision Winners. All the winners from the history of the Eurovision Song Contest. Available at: <https://eurovisionworld.com/eurovision> (accessed April 17, 2026).

Отримано: 30.04.2026

Прийнято до публікації: 30.05.2026

Опубліковано: 01.06.2026