



GNIZDO

УКРАЇНЦІ ЗА КОРДОНОМ:

ІДЕНТИЧНІСТЬ,
УЧАСТЬ І ПОТРЕБИ



Зміст

Вступ.....	3
Контекст дослідження.....	5
Методологія дослідження	7
Самоопис і сенси українськості за кордоном.....	10
Зв'язок з Україною	15
Залученість.....	18
Суспільна дипломатія та голос України	24
Участь та ініціативи	29
Висновки	36
Рекомендації.....	41

Вступ

Після 2022 року українська присутність за кордоном стала не просто «діаспорою» в класичному сенсі, а великою, різноманітною й дуже живою спільнотою людей, які одночасно намагаються вкоренитися в нових країнах — і не відпустити Україну. Важливо, що ця спільнота складається не лише з нових хвиль вимушеної міграції: у багатьох країнах саме старша, давно сформована діаспора різко активізувалася після початку повномасштабної війни — підхопила організацію допомоги, адвокацію, культурну присутність.

Ідея дослідження народилась з дуже практичного наміру: почати розуміти логіку участі закордонних українців — що тримає зв'язок, що мотивує діяти, що виснажує, що заважає і яких механізмів бракує, аби підтримка України за кордоном ставала витривалою довгою дистанцією. Це дослідження не про те, чи є в людей «любов до України» - вона в цій вибірці здебільшого очевидна, це дослідження про те, як перетворювати цю належність на дію.

У листопаді 2025 року ініціатива GNIZDO провела онлайн-опитування українців та українок, які живуть за кордоном. Відповіді відображають досвід активної або потенційно активної частини спільноти — тих, хто вже включений у українські мережі або принаймні не байдужий до питання участі. Це важливе застереження: результати не є статистичним портретом «усіх українців за кордоном». Натомість це аналітичний зріз логіки залученості — з її внутрішніми патернами, напруженнями й «точками росту».

Ключова рамка цього звіту — різні «хвилі» виїзду (нова, середня, старша). Досвід людини, яка виїхала нещодавно, і людини, яка живе за кордоном давно, може бути однаково українським — але з різним рівнем ресурсу, стабільності, соціальних опор і доступних форматів дії. І якщо ми пропонуємо всім одну й ту саму «універсальну участь», ми гарантовано втрачаємо частину людей: одним вона буде надто важкою й виснажливою, іншим — занадто поверховою, без можливості вирости у довші ролі та структурний вплив.

Попри відмінності між хвилями, звіт фіксує кілька дуже чітких речей, які важливо проговорити на старті — бо вони змінюють спосіб, у який ми звикли будувати залучення.

По-перше, головний дефіцит у глобальному українському середовищі — не мотивація, а інфраструктура включення. Людям бракує не «патріотизму» і не «правильних закликів», їм бракує зрозумілих точок входу, навігації, готових інструментів, координації й прозорих правил, які знижують «тертя» участі: щоб було ясно, куди йти, що робити, скільки часу це забере, який буде результат — і чому цьому можна довіряти.

По-друге, багато українців за кордоном уже виконують роль “публічних дипломатів” — щодня, у розмовах з колегами, сусідами, друзями, у школах, на роботі, в локальних спільнотах. Це не нішевий активізм, а масова повсякденна практика. Проблема в тому, що люди часто роблять це “сам на сам” — без опори, без узгоджених меседжів, без фактчеку, без зручних візуальних матеріалів і без відчуття плеча. Відповідно, один із найбільших резервів впливу — не змусити людей говорити більше, а зробити так, щоб говорити було легше, точніше і доречніше.

По-третє, війна та тривалий стрес зрушили залученість від режиму мобілізації до режиму витривалості. Для багатьох підтримка України стала рутиною, але паралельно накопичується втома, інформаційне перевантаження, дефіцит ресурсу, а також болючі внутрішні напруження — включно з токсичністю й конфліктністю в частині українських середовищ за кордоном. Це означає: моделі участі «постійно більше» та комунікація через тиск/сором — стратегічно програшні. Вони можуть дати короткий сплеск, але потім зменшують загальну участь, бо люди або вигорають, або йдуть у “тиху” індивідуальну підтримку без спільнот і без довгих форматів.

Цей звіт побудований так, щоб бути корисним не лише як опис реальності, а як інструмент для дії. У ньому ви знайдете: опис вибірки й методології; картину самоідентифікації та того, що означає «бути українцем/українкою за кордоном під час війни»; аналіз зв'язку з Україною та опор, які його підтримують; динаміку залученості (що тримає, що зменшує, що мотивує); окремий блок про суспільну дипломатію та те, чого бракує людям для впевненої адвокації України; і, нарешті, практичні рекомендації для ініціатив, що працюють із закордонними українцями.

Ми пропонуємо читати цей документ як запрошення змінити оптику: від логіки “окремих добрих дій” — до логіки екосистеми й сили, де закордонні українці не просто підтримують Україну поодинці, а стають узгодженим, видимим і витривалим ресурсом країни у світі під час війни і в період відбудови. Якщо у 2022-2024 році головним викликом була швидка мобілізація, то у 2025–2026 роках ключовий виклик — перетворити розрізнену енергію на сталу інфраструктуру впливу, яка працює і на фронті підтримки зараз, і на довгі задачі відновлення. Цей перехід не станеться сам собою — він потребує практичних рішень: простих маршрутів залучення, “пакетів підтримки голосу України”, прозорих правил і дизайн-підходу, де людині не потрібно щоразу вигадувати свій внесок з нуля.

Контекст дослідження

Глобальна українська спільнота є однією з найбільш чисельних і різноманітних у Європі та Північній Америці. Вона сформувалася внаслідок кількох історичних хвиль міграції — від еміграції початку ХХ століття та повоєнних переміщень до трудової міграції 1990–2000-х років і, згодом, масової вимушеної міграції після 2022 року.

Єдиного узгодженого підрахунку чисельності українців за кордоном не існує, що пов'язано з різними підходами до визначення самого поняття «діаспора» (за походженням, громадянством або самоідентифікацією), а також із відмінностями між джерелами даних. За оцінками Світового конгресу українців, за межами України проживає понад 20 млн осіб українського походження, включно з нащадками кількох поколінь емігрантів.

Водночас, за даними Міністерства закордонних справ України, станом на 2019 рік за межами України проживало орієнтовно 6,6–6,7 млн осіб українського походження. Ця оцінка базувалася на поєднанні офіційних переписів населення країн проживання, неофіційних оцінок українських громад та даних щодо трудової міграції. Найбільші українські громади на той момент проживали в Канаді, США, Бразилії, Молдові, Казахстані, країнах Європейського Союзу та Південної Америки, а також у Росії.¹

Важливо підкреслити, що наведені оцінки передували 2022 року і не враховували хвилю вимушеної міграції, яка суттєво змінила як кількісні, так і якісні параметри української присутності за кордоном. Станом на липень 2025 року близько 5,7 млн українців шукали притулку за кордоном — це одна з найбільших хвиль переміщення в Європі з часів Другої світової війни. Ці дані охоплюють людей, які перетнули кордон як біженці або отримали/запитують тимчасовий захист у сусідніх державах і ширше в ЄС; значна частина цієї групи зосереджена в Німеччині, Польщі та Чехії, а також в інших європейських країнах.²

Таким чином, якщо розглядати сукупний масштаб української присутності за кордоном — включно з історичною діаспорою та вимушено переміщеними після 2022 року, — його можна лише орієнтовно описувати через можливий перетин між цими групами. Попри методологічні обмеження, очевидно, що після 2022 року глобальна українська спільнота істотно розширилася та стала більш неоднорідною за досвідом, статусом і формами зв'язку з Україною.

У цьому контексті дослідження фокусується не на формальному статусі перебування за кордоном, а на якості зв'язку з Україною, мотиваціях до

¹ [Міністерство Закордонних Справ України](#)

² [ZMINA](#)

залученості та готовності до активної участі — параметрах, які є ключовими для розуміння потенціалу глобальної української спільноти в умовах тривалих викликів і майбутньої відбудови країни. Опитування GNIZDO Pulse 2025 проведене ініціативою GNIZDO в листопаді 2025 року серед українців та українок, які проживають за кордоном. Його мета — краще зрозуміти характер зв'язку респондентів з Україною, рівень емоційної та ідентифікаційної залученості, а також реалістичну готовність до дій і чинники, що її підсилюють або обмежують.

Дослідження не є репрезентативним для всієї української спільноти за кордоном. Воно ґрунтується на добровільній участі респондентів і відображає досвід активної, зацікавленої та здебільшого залученої частини, що важливо враховувати при інтерпретації результатів.

Контекст і зв'язок з попередніми напрацюваннями.

Це дослідження вписується у ширший корпус діаспорних студій, де самоідентифікація та участь за межами країни розглядаються не як "втрата", а як тривала й динамічна форма приналежності. Класичні підходи описують діаспори як спільноти, які зберігають колективну свідомість, зв'язок із батьківщиною та готовність підтримувати її (зокрема через ідею відновлення/повернення), навіть коли життя вже вкорінене в іншому місці³. Паралельно, постколоніальна рамка "гібридності" та "третього простору"⁴ дає мову для опису стану "між двома світами" — коли ідентичність не є або/або, а формується на перетині досвідів і контекстів.

Для українського контексту важливим додатковим тлом є практичні напрацювання громадянського сектору: зокрема, серія фасилітованих діалогів Громадянської мережі ОПОРА з українськими спільнотами у Сполученому Королівстві⁵ та Німеччині⁶. Ці звіти систематизують досвід і потреби спільнот та їхню взаємодію з Україною і державними інституціями, створюючи корисну рамку порівняння й доповнення до нашого аналізу — не підміняючи його, а підсилюючи "контекст поля" і мову, якою можна говорити про приналежність, участь і довгу витривалість за кордоном.

³ [Diasporas in Modern Societies: Myths of Homeland and Return](#)

⁴ [The Commitment to Theory](#)

⁵ [Аналітичний звіт. Діалоги з українськими спільнотами у Сполученому Королівстві](#)

⁶ [Аналітичний звіт: діалог з українською спільнотою у Німеччині](#)

Методологія дослідження

Дизайн дослідження

Дослідження має описовий та аналітичний характер і базується на кількісному онлайн-опитуванні зі структурованою анкетною. Метою було оцінити якість зв'язку українців за кордоном з Україною, їхні мотивації до залученості та готовність до активних дій, а також визначити ключові бар'єри, що ускладнюють або обмежують таку участь.

Дослідження не ставило за мету статистичну репрезентацію всієї української спільноти за кордоном. Натомість фокус зроблено на виявленні внутрішніх патернів, відмінностей між групами та логіки залученості серед активної або потенційно активної частини глобальної української спільноти.

Період та інструмент збору даних

Опитування проведено у листопаді 2025 року в онлайн-форматі. Анкета поширювалася через професійні, громадські та мережеві канали GNIZDO, орієнтовані на українців та українок, які проживають за кордоном.

Інструмент збору даних — онлайн-анкета, що включала: (1) закриті запитання (одиначний і множинний вибір), (2) шкальні запитання (зокрема 5-бальну шкалу для самооцінки сили зв'язку з Україною), (3) напіввідкриті та відкриті запитання для фіксації пояснень, прикладів і контексту.

За запитаннями з множинним вибором відсотки розраховано як частку респондентів, які обрали відповідний варіант; у таких запитаннях сума відсотків може перевищувати 100%.

Вибірка та спосіб залучення респондентів

У дослідженні взяли участь українці та українки, які на момент опитування проживали за межами України. Участь була добровільною та без матеріальної або іншої зовнішньої мотивації.

Вибірка має характер самоселекції: до опитування долучилися переважно респонденти з вищим рівнем інтересу до теми України та/або готовністю взаємодіяти з ініціативами, пов'язаними із залученням закордонних українців. Це обмежує можливість узагальнення результатів на всю популяцію, але дає змогу глибше аналізувати механізми залученості й відмінності між групами.

Підхід до аналізу даних

Аналіз здійснювався у кілька кроків. По-перше, застосовано описову статистику (частки відповідей, розподіли за шкалами та категоріями). По-друге, проведено порівняльний аналіз між групами ("хвилями") за визначеними в дослідженні критеріями — зіставлення рівня зв'язку з Україною, відмінностей у мотиваціях, форматах дій та бар'єрах.

По-третє, виконано якісне узагальнення відкритих відповідей для контекстуалізації кількісних результатів, виокремлення повторюваних наративів і пояснень, а також уточнення причин низьких або амбівалентних оцінок.

Дослідження не включає складних статистичних моделей і не робить причинно-наслідкових висновків; усі інтерпретації ґрунтуються на спостережуваних паттернах у зібраних даних.

Методологічні обмеження

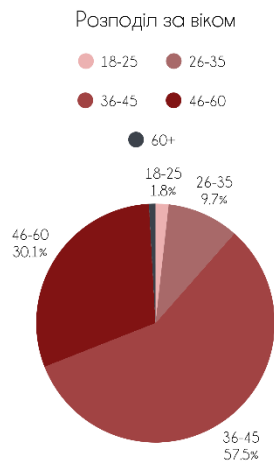
При інтерпретації результатів слід враховувати такі обмеження: (1) вибірка не є репрезентативною для всієї української спільноти за кордоном; (2) результати можуть завищувати рівень залученості порівняно із загальною популяцією; (3) дані є самозвітними та відображають суб'єктивні оцінки респондентів; (4) дослідження не дає підстав для повноцінного причинно-наслідкового аналізу.

Водночас ці обмеження не знижують практичної цінності дослідження для розуміння логіки залучення, внутрішніх відмінностей і потенціалу активної частини глобальної української спільноти.

Опис вибірки

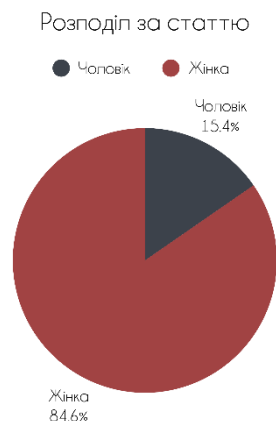
Опитування охопило 113 українців та українок, які на момент заповнення анкети проживали у 30 країнах світу. Географія респондентів є широкою: вона включає як ключові країни прийому українців після 2022 року, так і країни з давніми українськими громадами.

Найчастіше серед відповідей згадувалися країни Європи та Північної Америки — зокрема Німеччина, Польща, Велика Британія, Франція, Канада, США, Нідерланди, Іспанія, Данія та Швеція. Окрім цього, у вибірці представлені респонденти, які проживають у різних регіонах Європи, на Близькому Сході, в Австралії та Новій Зеландії, що дозволяє говорити про географічно диверсифіковану вибірку.

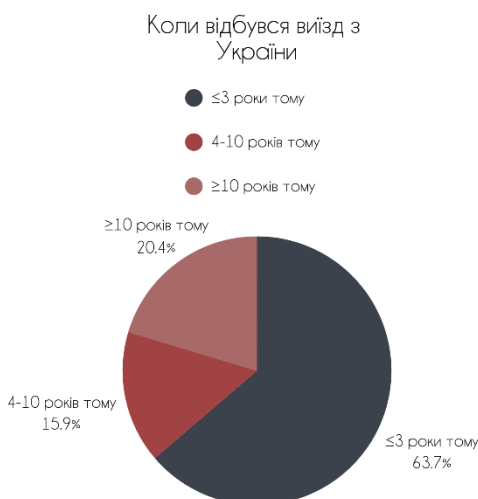


За віком респонденти переважно належать до зрілих вікових груп: домінує група 36–45 років, значну частку також становлять особи 46–60 років; група 26–35 років представлена меншою мірою, а респонденти віком 18–25 років та 60+ трапляються поодинокі. Таким чином, дослідження відображає позиції людей із вже сформованим професійним досвідом, соціальними зв'язками та ресурсами, а не студентської або суто молодіжної аудиторії.

За статтю у вибірці переважають жінки, тоді як чоловіки представлені меншою кількістю респондентів. Такий розподіл загалом відповідає структурі вимушеної міграції після 2022 року, однак його також варто враховувати як характеристику вибірки при інтерпретації результатів.



Хвилі діаспори



Ключовою аналітичною змінною дослідження є час виїзду з України, що дозволяє умовно виокремити три групи респондентів (далі — "хвилі"):

- Нова хвиля — українці та українки, які виїхали з України протягом останніх трьох років (після 2022 року): 72 особи (64%).
- Середня хвиля — респонденти, які проживають за кордоном 4–10 років: 18 осіб (16%).
- Стара хвиля — респонденти, які виїхали 10 років тому або раніше: 23 особи (20%).

Переважання нової хвилі у вибірці відображає як масштаб вимушеної міграції після 2022 року, так і канали поширення опитування. Водночас присутність середньої та старшої хвиль дозволяє здійснювати обережні порівняльні спостереження щодо відмінностей у зв'язку з Україною, мотиваціях і форматах залученості, з урахуванням різного розміру груп та самоселекційного характеру вибірки.

Методологічні застереження

Опитування проведено у форматі онлайн-анкетування з добровільною участю респондентів. Вибірка має характер самоселекції, не є репрезентативною і не призначена для статистичного узагальнення на всю українську спільноту за кордоном. Відповідно, результати слід інтерпретувати як аналітичний зріз позицій активної або потенційно активної частини глобальних українців, залучених до українських інформаційних, громадських або професійних мереж.

Водночас широка географія охоплення, розмір вибірки та наявність зафіксованих структурних параметрів (вік, стать, час виїзду) дозволяють використовувати дані для виявлення патернів, напружень і "точок росту" у залученні українців за кордоном та в дизайні практичних механізмів взаємодії України з глобальною українською спільнотою.

Самоопис і сенси українськості за кордоном

Як українці за кордоном визначають свою ідентичність сьогодні

Відповіді на запитання «Як ви описали б свою ідентичність сьогодні?» показують, що в межах цієї вибірки самоідентифікація рідко зводиться до одного чіткого визначення. Частіше йдеться про багатозарову конструкцію: люди поєднують кілька рамок одночасно — українськість як базову приналежність, досвід життя за кордоном і різний ступінь внутрішньої "переадаптації" до нових умов. Питання було напіввідкритим: запропоновано перелік варіантів самоопису та можливість додати власний. Окремої дефініції «ідентичності» не надавали, тож результати слід читати як мапу найчастіше обраних/сформульованих рамок самопозиціювання (а не як вимір «ідентичності» у психометричному сенсі).

Базова рамка: «українець/українка за кордоном»

Найтиповішою формулою є самоозначення «українець/українка за кордоном» — як окрема відповідь або в поєднанні з іншими. Це підкреслює: для більшості опитаних українська національна ідентичність залишається центральною, а

проживання поза країною радше додає географічний вимір, ніж замінює приналежність до України.

Належність поза територією: «я частина України»

Друга помітна рамка — «я частина України, хоч і живу за кордоном». У таких відповідях ідентичність описується не як факт походження, а як активне відчуття належності, яке не залежить від фізичного місця проживання. Те, що цю формулу часто поєднують з іншими самоозначеннями, робить її радше «інтегруючою» — вона дозволяє тримати зв'язок з Україною, не заперечуючи реальність життя в іншій країні.

Перехідний стан: «між двома домами»

Помітна частина відповідей описує ідентичність як стан між двома просторами — «між двома домами», «між двох світів», «ще не тут, але вже і не в Україні». Це радше мова про процес і незавершеність, ніж про стабільну нову ідентичність. Важливо, що такі формулювання нерідко співіснують із чітким самоозначенням як українця/українки: внутрішній розрив у цьому випадку не означає втрати українськості, а радше відображає адаптацію, переосмислення й пошук балансу в умовах вимушеної або тривалої міграції.

Транснаціональна рамка: «Global Ukrainian»

Частина респондентів використовує поняття «Global Ukrainian» — як основне або додаткове. У цих відповідях воно не витісняє українську ідентичність, а розширює її до транснаціонального виміру: приналежність до України поєднується з активною присутністю у глобальному просторі та часто — з більш «дієвою» роллю.

Міграційний статус — на периферії самоопису

Натомість правові або статусні означення на кшталт «експат», «громадянин ЄС», «біженка/мігрантка» трапляються рідко. Це може підказувати, що в цій вибірці ключовим ядром самоідентифікації є не адміністративний статус, а зв'язок з Україною та спосіб його проживання.

Невизначеність як чесна відповідь

Окремо з'являються відповіді типу «поки не знаю». Їх варто читати не як відмову від ідентичності, а як фіксацію відкритої невизначеності — стану, коли нова конфігурація ще складається. У контексті вимушеної міграції це виглядає очікуваним: ідентичність тут постає не як раз і назавжди задана категорія, а як процес, що триває.

Таблиця А1. Самоопис ідентичності респондентів опитування
(Множинні відповіді)

Відповіді	Загальний профіль (n = 113)	Нова хвиля (≤3 роки (n=72))	Середня хвиля (4–10 років (n=18))	Стара хвиля (≥10 років (n=23))
Українець/українка за кордоном	50.4% (57)	54.2% (39)	55.6% (10)	34.8% (8)
Я частина України, хоч і живу за кордоном	36.3% (41)	34.7% (25)	44,4% (8)	34.8% (8)
«Між двома домами» та схожі власні варіанти	13.3% (15)	13.9% (10)	16.7% (3)	8.7% (2)
Global Ukrainian	12.4% (14)	6.9% (5)	11.1% (2)	30.4% (7)
Поки не знаю	5.3% (6)	8.3% (6)	0% (0)	0% (0)
Інші свої варіанти	2.6% (3)	1.4% (1)	0% (0)	8.7% (2)

Що означає бути українцем/українкою за кордоном

Відповіді на запитання «Що для вас означає бути українцем/українкою за кордоном під час війни?» показують, що цей досвід для респондентів рідко описується одним реченням або однією роллю. Частіше він складається з кількох шарів — відповідальності, емоційних станів, практик щоденного життя і взаємодії з оточенням. Нижче — ключові мотиви, які найчастіше повторювалися у відкритих відповідях.

Роль “голосу України”: відповідальність, амбасадорство, щоденна адвокція

Для частини респондентів українськість за кордоном — це не лише приналежність, а й активна роль у середовищі проживання: пояснювати контекст, тримати лінію аргументації, реагувати на дезінформацію і “нести Україну” в повсякденних та професійних контактах.

- «Означає бути голосом України в країні проживання і максимально адвоктувати її інтереси».
- «Бути постійно обличчям України для іноземців, доносити новини, спростовувати фейки, бути м’якою силою зі зміни імперських наративів».
- «Амбасадорка України, постійна робота для перемоги України».

У кількох відповідях ця роль прямо названа додатковою відповідальністю, яка відчутно посилилася саме після початку повномасштабної війни:

- *«Additional responsibility as culture ambassador».*
- *«Бути дипломаткою України, поширювати інформацію за кордоном, але і бути відповідальною громадянкою, що допомагає країні».*

Життя “в двох реальностях”: одночасна присутність “тут” і “там”

Інший повторюваний мотив — переживання ідентичності як постійного роздвоєння: тілом — у країні проживання, думками — в Україні. У цих відповідях часто звучать напруга дистанції й відчуття, що неможливо бути “повністю” ніде.

- *«Бути одночасно в двох місцях. Постійно намагатись допомагати».*
- *«Тіло в “безпеці” — душа і думки в Україні».*
- *«Фізично відчувати відстань від того, що важливе».*
- *«Внутрішній розрив на 2 частини».*
- *«... розриватись між двома реальностями — обома з невизначеним».*

Ці формулювання добре підкреслюють: для частини респондентів українськість за кордоном — це не “статус”, а процес, що постійно змінюється разом із подіями та особистими обставинами.

Вимушеність і моральна напруга: біль, провина і пошук “корисності”

У відповідях також виразно звучить тема вимушеності виїзду та спроби зберегти внутрішню узгодженість між власною безпекою і тим, що відбувається в Україні. Для декого це описується через біль, провину і потребу знайти форму дії, яка повертає відчуття сенсу.

- *«Постійно відчувати, що мене змусили прийняти це рішення, я добре жила в Україні, але війна все знищила».*
- *«Відчувати постійний біль і провину».*
- *«Почуття провини і пошук місії, через яку можна було б збільшити внесок у підтримку дому».*
- *«Це важко. Окрім влаштування свого життя, у мене є почуття обов'язку постійно нагадувати про війну».*

Мова, культура і діти: українськість як міжпоколінна робота

Ще один стійкий пласт — українська ідентичність як практика збереження мови й культури, особливо через виховання дітей. У цих відповідях українськість звучить як довгострокова робота “на майбутнє”, незалежно від планів повернення.

- *«Донатити, прививати дитині наші традиції, не випадати з української спільноти».*
- *«Плекання української мови і традицій. Збереження української мови в моєї дитини».*
- *«Ростити малого українця за надією на повернення».*
- *«Завжди пам'ятати хто ми є, передавати українськість своїм дітям».*

Опір російським наративам: українськість як дія в публічному просторі

Частина респондентів прямо описує ідентичність через активні дії — протидію російській пропаганді, захист гідності України, підтримку сил оборони. У цих відповідях українськість звучить як позиція і як спосіб діяти в інформаційному середовищі.

- *«Допомагати Україні вистояти і боротися з російськими наративами».*
- *«Захищати гідність України, боротися з роспропагандою та підтримувати військо».*
- *«Говорити українською, розповідати місцевим та розвінчувати міфи пропаганди».*
- *«Обмежувати шкідливі впливи російської пропаганди».*

Метафори як "коротка форма" досвіду: гідність, дистанція, міст, тил

Окремі відповіді мають радше образний характер — вони не пояснюють деталі, але точно фіксують переживання й самовідчуття.

- *«Тримати завжди спину рівно і дивитися в очі будь-якому співрозмовнику».*
- *«Люблю свою мову, країну, землю. За кордоном не життя».*
- *«Бути мостом між культурами».*
- *«Бути підтримкою, тилом».*
- *«Незламність та гордість, що українець».*

Напруга й стигматизація: складні взаємодії всередині спільноти

Поряд із сильними формулами підтримки в частині відповідей з'являється і досвід стигматизації — зокрема з боку інших українців або через загальну соціальну напругу. Це не домінуючий мотив, але він важливий як маркер внутрішніх тріщин у спільноті.

- *«Відчувати постійну зневагу від тих, хто лишився в Україні».*
- *«Коли на тебе дивляться як на червону ганчірку».*

Зв'язок з Україною

Рівень зв'язку з Україною зараз

У відповідях на 5-бальну шкалу респонденти загалом описують свій зв'язок з Україною як високий. У межах цієї вибірки дві третини оцінили його на рівні 4–5, причому майже половина — на максимальному рівні (5). Найнижчу оцінку (1) обрали поодинокі респонденти.

Водночас у розрізі хвиль виїзду проступає важлива різниця: у середній (4–10 років) та старшій (10+ років) хвилях частіше зустрічаються максимальні оцінки, ніж серед тих, хто виїхав після 2022 року. Для обох “старших” груп типовою відповіддю є найвищий рівень зв'язку (медіана = 5). У новій хвилі таких оцінок теж багато, але розподіл менш однорідний.



Саме в новій хвилі помітніший розкид: поряд із високими оцінками частіше трапляються й низькі значення (1–2), що значно менш характерно для респондентів, які живуть за кордоном довше. Це радше виглядає як сигнал емоційної нестабільності та напруження зв'язку в умовах вимушеної міграції, а не як свідчення “віддалення” від України.

У підсумку дані цієї вибірки фіксують високу емоційну й ідентифікаційну пов'язаність з Україною незалежно від тривалості перебування за кордоном. Водночас хвиля виїзду пов'язана з різницею у розподілі самооцінок зв'язку: у новій хвилі спостерігається більший розкид відповідей і нижча медіана (4), тоді як у середній та старшій хвилях оцінки більш концентровані у високих значеннях і медіана становить 5 (табл. В1). Це може свідчити не про “наявність/відсутність” зв'язку, а про різну стабільність його переживання на різних етапах міграційного досвіду.

Таблиця В1. Самооцінка зв'язку з Україною (1–5): загальний профіль і порівняння хвиль

Оцінка (1-5)	Загальний профіль (n = 113)	Нова хвиля (≤3 роки (n=72))	Середня хвиля (4–10 років (n=18))	Стара хвиля (≥10 років (n=23))
5	45.1% (51)	36.1% (26)	66.7% (12)	56.5% (13)
4	20.4% (23)	2.4% (19)	5.6% (1)	13.0% (3)
3	22.1% (25)	23.6% (17)	11.1% (2)	26.1% (6)
2	8% (9)	8.3% (6)	16.7% (3)	0% (0)
1	4.4% (5)	5.6% (4)	0 (0%)	4.3% (1)
Медіана	4	4	5	5

Що підтримує зв'язок з Україною

Відповіді респондентів показують, що в межах цієї вибірки зв'язок з Україною тримається на кількох паралельних "опорах", які підсилюють одна одну. Йдеться радше про систему — емоційну, культурну, інформаційну й практичну — ніж про один канал, який "вирішує все".

Найсильніша опора

Родина й близькі в Україні. Найчастіше саме присутність рідних "вдома" утримує постійний емоційний контакт і відчуття особистої причетності до того, що відбувається в Україні. Це не про абстрактну ідентичність, а про щоденний зв'язок "через людей".

Сильні опори

Українська мова та український інформаційний простір. Для багатьох респондентів мова є одночасно маркером належності й практичним інструментом — способом залишатися "в українському смислового полі". Поруч із цим важливою опорою виступає регулярне стеження за подіями в Україні: інформаційний зв'язок підтримує відчуття присутності та включеності навіть на відстані.

Помітні опори

Спільноти та спільна діяльність. Значна частина опитаних утримує зв'язок через спілкування з іншими українцями за кордоном, а також через волонтерство й участь у ініціативах. У цих відповідях зв'язок з Україною має діяльнішу форму: він підтримується через горизонтальні мережі, взаємопідтримку й спільні практики.

Культурні практики та “контакт з домом”. Для помітної частини респондентів важливими є українська культура, мистецтво й гастрономія — як повсякденний спосіб тримати українськість “живою”. Окремо звучать поїздки в Україну: навіть епізодична фізична присутність підсилює відчуття зв’язку з країною.

Менш поширена, але стратегічно важлива опора

Професійна діяльність, пов’язана з Україною. Частина респондентів утримує зв’язок через роботу, проекти або експертну участь. Хоча це не наймасовіший чинник у вибірці, він важливий як індикатор потенціалу “професійних мостів” — довших форматів залучення (мережі, менторство, партнерства), які можуть працювати не лише на емоційному рівні, а й на рівні спроможності та впливу.

Акценти за хвилями виїзду (описово)

У всіх хвилях повторюється одне й те саме ядро опор — родина/близькі, мова, інформаційний зв’язок. Водночас відрізняються акценти.

Нова хвиля (виїзд після 2022 року) частіше описує зв’язок через найпряміші “якорі” — родину в Україні та постійний контакт з новинами. Поруч із цим у відповідях відносно частіше звучить тема поїздок в Україну — як спосіб “перепідключатися” до дому.

Середня хвиля (4–10 років) частіше ставить у центр мову, а також більш рівномірно згадує соціальні й культурні опори (спільноти, культура, інформаційний зв’язок). Це радше “мережевий” спосіб утримання зв’язку — через середовища і практики.

Стара хвиля (10+ років) поряд із родиною, мовою та новинами помітно частіше пов’язує зв’язок із волонтерством і участю в українських проектах. Натомість поїздки в Україну тут звучать рідше - це може відображати сукупність факторів тривалого життя за кордоном (обов’язки, усталеність, логістика та ін).

Таблиця В2. Чинники, що підтримують зв’язок із Україною (множинний вибір)

Відповіді	Загальний профіль (n = 113)	Нова хвиля (≤3 роки (n=72))	Середня хвиля (4–10 років (n=18))	Стара хвиля (≥10 років (n=23))
Родина або близькі в Україні	77.9% (88)	83.3% (60)	55.6% (10)	78.3% (18)
Мова	62.8% (71)	58.3% (42)	72.2% (13)	69.6% (16)
Новини та інформація про Україну	57.5% (65)	59.7% (43)	44.4% (8)	60.9% (14)
Спілкування з українцями	38.1% (43)	36.1% (26)	44.4% (8)	39.1% (9)

Українська культура / мистецтво / гастрономія	37.2% (42)	36.1% (26)	44.4% (8)	34.8% (8)
Участь у волонтерстві або українських проектах/проектах діаспори	38.1% (43)	31.9% (23)	33.3% (6)	60.9% (14)
Поїздки в Україну	31.9% (36)	37.5% (27)	22.2% (4)	21.7% (5)
Професійна діяльність, пов'язана з Україною	27.4% (31)	29.2% (21)	27.8% (5)	21.7% (5)

Залученість

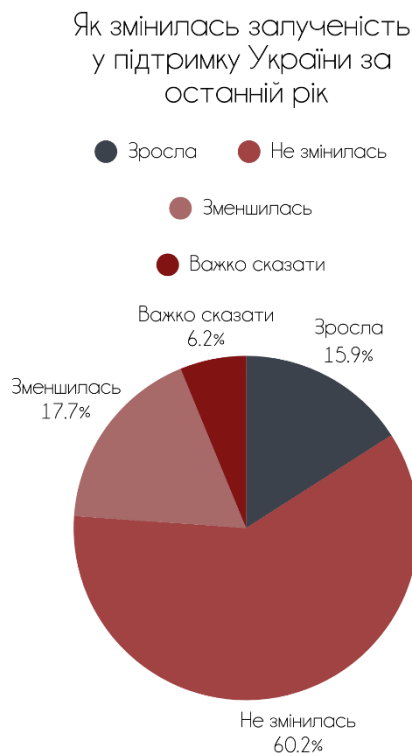
Залученість: динаміка, мотивації, бар'єри

У межах цього опитування найпоширенішою є стабільна траєкторія: більшість респондентів зазначають, що їхня залученість у підтримку України протягом останнього року залишилася на тому ж рівні. Це радше схоже на усталену довготривалу практику, ніж на ситуативну реакцію на події.

Поряд із цим є менша група, яка повідомляє про зростання залученості. У їхніх відповідях зростання найчастіше описується як розширення форм участі: перехід до нових ініціатив, більш регулярне волонтерство, посилення інформаційної або професійної підтримки України.

Це може вказувати на те, що для частини людей за кордоном із часом з'являється більше ресурсу й "опори" для системнішої участі.

Водночас помітна частина респондентів говорить, що їхня залученість зменшилася. Відкриті коментарі показують: таке зниження зазвичай пов'язане не з віддаленням від України, а з обмеженням індивідуального ресурсу — емоційним виснаженням, тривалим психологічним навантаженням, змінами життєвих обставин і складністю поєднання адаптації за кордоном із постійною присутністю війни в інформаційному просторі.



Окремо фіксується невелика частка відповідей «важко сказати». Це можна читати як сигнал перехідного стану: мотивація зберігається, але бракує часу,

енергії або зрозумілих форматів, у які можна включитися без надмірних зобов'язань.

Загалом у цій вибірці не видно “масового відпаданя” від підтримки України. Радше проступає стабільне ядро участі, поруч із яким співіснують дві менші траєкторії — нарощування залученості та вимушене зниження через виснаження й дефіцит ресурсу

Таблиця С1. Залученість: зміни за рік

Відповіді	Загальний профіль (n = 113)	Нова хвиля (≤3 роки (n=72))	Середня хвиля (4–10 років (n=18))	Стара хвиля (≥10 років (n=23))
Не змінилась	60,2% (68)	66,7% (48)	50,0% (9)	47,8% (11)
Зросла	17,7% (20)	9,7% (7)	22,2% (4)	30,4% (7)
Зменшилась	15,9% (18)	19,4% (14)	22,2% (4)	8,7% (2)
Важко сказати	6,2% (7)	4,2% (3)	5,6% (1)	13,0% (3)

Фактори, що впливають на зміну рівня залученості

Відповіді респондентів демонструють широкий спектр чинників, які впливають на зміну рівня залученості у підтримку України за кордоном. Частина з них пов'язана з особистими життєвими обставинами (час, ресурси, робота, сім'я), інша — з емоційною, соціальною та політичною динамікою тривалого воєнного періоду.

Чинники зростання залученості

Серед респондентів, у яких залученість зросла, найчастіше звучать три типи пояснень: поява нових можливостей для адвокації й участі в міжнародних процесах, стабілізація життя за кордоном та поглиблення особистої мотивації. Зростання залученості часто пов'язується з відчуттям реального впливу або професійної реалізації:

- *«Я відчула можливість адвокації України за кордоном, тому використовую цю можливість на повну».*
- *«Почала новий благодійний проєкт».*
- *«Україну обрали членом важливої міжнародної платформи, і я безпосередньо залучена до підтримки цього процесу».*

Для частини цієї групи зростання участі має виразне особисте підґрунтя — підтримку рідних, які служать у Силах оборони України, або усвідомлення екзистенційного характеру війни:

- *«Син воює. Постійно допомагаю — машини, дрони, збори».*
- *«Бо це екзистенційна війна, не можна розслаблятися».*

Чинники стабільності залученості

Респонденти, чия залученість не змінилася, часто описують її як невід'ємну, рутинну частину життя. Регулярні донати, волонтерство, участь у культурних ініціативах або професійна діяльність, пов'язана з Україною, стають системною практикою, менш залежною від інформаційних "хвиль" чи ситуативних обставин:

- *«Same old business — просто продовжую».*
- *«Як підтримувала, так і підтримую».*
- *«Ввели донати в бюджет родини. Це стабільна стаття витрат».*

Для цієї групи підтримка України описується як питання цінностей, відповідальності та ідентичності, а не тимчасової мобілізації:

- *«Бо я як була активно залучена, так і залишилася».*
- *«Бо війна не закінчилась».*

Чинники зниження залученості

Серед респондентів, у яких залученість зменшилася, найчастіше згадуються фінансові обмеження — втрата роботи, зниження доходів, зростання витрат на життя за кордоном. Значна частина відповідей також стосується емоційного виснаження, депресивних станів і хронічного стресу:

- *«Втратила роботу і не можу так багато донатити, як раніше».*
- *«Фінансові можливості значно зменшились».*
- *«Втома. Ресурсів емоційних, фізичних мало».*

Окремо респонденти говорять про складність поєднання власного життя за кордоном із постійним емоційним тиском війни:

- *«Тут теж виживання по-своєму».*
- *«Неможливо жити, розриваючись між двома країнами».*

У частині відповідей зменшення залученості пов'язується з демотивацією на тлі новин про корупцію або з досвідом негативного ставлення до біженців:

- *«Падає рівень мотивації через новини про корупцію».*
- *«Забгато хейту до біженців — "виїхала за кордон, мовчи"».*

Водночас низка відповідей свідчить не стільки про відмову від участі, скільки про свідоме "дозування" залученості як стратегію збереження психічного здоров'я. Респонденти описують перехід від тотальної включеності до більш структурованих і сталих форматів підтримки:

Узагальнюючи, зміни мотивації та рівня залученості серед респондентів радше відображають адаптацію до тривалої реальності війни, ніж зниження інтересу до України. Для багатьох ідеться про постійний пошук балансу між підтримкою Батьківщини та власним життям у країнах проживання. Цей баланс є рухомих і змінюється разом із життєвими обставинами, ресурсами та емоційним станом.

Що мотивує включатися

Ядро мотивації: зв'язок і відчуття результату.

У відповідях чітко видно "ядро" мотивації: респонденти найчастіше включаються тоді, коли одночасно відчують зв'язок з Україною і вплив власних дій. Це дві опори, які працюють разом: емоційна належність підсилюється відчуттям дієвості, а дієвість — підтримує відчуття суб'єктності у війні на відстані.

Важливий нюанс, який виразно звучить у вільних відповідях: для багатьох мотивація до допомоги стає максимально конкретною і "невідкладною", коли хтось із рідних або близьких служить у війську. У таких формулюваннях підтримка України описується не як абстрактна громадянська позиція, а як особистий обов'язок і спосіб втримувати зв'язок із близькими та їхнім досвідом війни.

Соціальний контур: "свої люди" і середовище, що діє.

Другий важливий шар мотивації — соціальний. Респондентам допомагає триматися в дії контакт із людьми "свого рівня/своїх цінностей" і належність до спільнот, які не лише говорять про Україну, а й організуються та роблять. Це означає, що мотивація часто підтримується не абстрактними закликами, а середовищем, де є нормою діяти — і де є відчуття "я не один/одна".

Професійний мотив: коли можна бути корисним компетенціями.

Окремо проступає мотив застосування професійних навичок. Для частини респондентів важливо не просто підтримувати, а робити це у спосіб, який відповідає їхній компетентності: через експертність, партнерства, консультації, проєктну участь. Це підказує потенціал форматів, де внесок — не лише фінансовий чи інформаційний, а професійний і структурований.

Невключеність: не про байдужість, а про ресурс.

Невелика частина респондентів прямо фіксує, що наразі не долучається до підтримки. У межах цього дослідження важливо інтерпретувати такі відповіді не як "відсутність позиції", а як маркер обмеженого ресурсу — втоми, життєвих

обставин, перевантаження або потреби тимчасово знизити рівень включеності в умовах тривалої війни.

Обережні відмінності між хвилями.

Порівняння хвиль не формує принципово різних моделей мотивації, але підсвічує різні акценти (з урахуванням малого розміру середньої хвилі). У старшій хвилі частіше звучить мотив “мої дії реально допомагають” — як більш “впевнена” рамка участі. Середня хвиля відносно частіше підкреслює роль соціального середовища і професійної корисності — ніби мотивація більше тримається на мережах і компетенціях. Нова хвиля загалом близька до загального профілю, але з помітнішим прошарком людей, які наразі не беруть на себе додаткових зобов’язань — що узгоджується з лінією про адаптацію та втому.

Таблиця С2. Мотиватори залученості до підтримки України (множинний вибір)

Відповіді	Загальний профіль (n = 113)	Нова хвиля (≤3 роки (n=72))	Середня хвиля (4–10 років (n=18))	Стара хвиля (≥10 років (n=23))
Відчуття зв’язку з Україною	61.1% (69)	62.5% (45)	50.0% (9)	65.2% (15)
Відчуття, що я роблю реальний вплив і допомагаю	54.9% (62)	51.4% (37)	50.0% (9)	69.6% (16)
Контакт з людьми “мій рівень / мої цінності”	42.5% (48)	41.7% (30)	50.0% (9)	39.1% (9)
Можливість застосувати свої професійні навички	26.5% (30)	27.8% (20)	33.3% (6)	17.4% (4)
Належність до спільноти, яка думає і діє	37.2% (42)	36.1% (26)	38.9% (7)	39.1% (9)
Не долучаюсь до підтримки України	5.3% (6)	6.9% (5)	5.6% (1)	0.0% (0)
Інше (поодинокі власні варіанти)	7.1% (8)	6.9% (5)	5.6% (1)	8.7% (2)

Бар’єри участі у підтримці України

Попри високий рівень мотивації та зв’язку з Україною, респонденти називають низку чинників, які обмежують їхню участь у підтримці України під час війни. У межах цієї вибірки бар’єри здебільшого пов’язані не з браком бажання, а з ресурсністю, якістю середовища та доступністю зрозумілих форматів дії. Водночас ці висновки базуються на самоописах респондентів і не виключають наявності соціально очікуваних відповідей.

1) Ресурсні обмеження: виснаження, брак часу, життєві обставини.

Найчастіше у відповідях звучить тема втоми й емоційного виснаження — як наслідок тривалого психологічного навантаження та постійної присутності війни

в житті. Поруч із цим респонденти часто згадують дефіцит часу через роботу й адаптацію в країні проживання, а також сімейні та інші особисті обставини. Разом ці фактори формують режим “подвійного навантаження”, коли люди одночасно будують життя за кордоном і намагаються залишатися включеними в Україну. В таких умовах обмеження участі радше відображає межу ресурсів, ніж зниження мотивації.

2) Соціальне середовище: конфліктність і токсичність у спільнотах.

Відчутним бар’єром для частини респондентів є напруження всередині українського середовища за кордоном. Йдеться про конфліктність і токсичність у спільнотах, що ускладнює участь і зменшує бажання бути “всередині” спільних активностей. Для окремих людей це стає причиною обирати більш індивідуальні або “тихі” форми підтримки, навіть якщо зв’язок з Україною зберігається.

3) Довіра і навігація: непрозорість та відсутність зрозумілих точок ВХОДУ.

Окремий блок бар’єрів стосується інфраструктури участі. Частина респондентів говорить про непрозорість ініціатив і недовіру до механізмів підтримки (у даних це проявляється в кількох близьких формулюваннях). Паралельно звучить проблема навігації: не завжди зрозуміло, куди саме долучатися, яким форматом і з ким координуватися — особливо в середовищах, де українські громади менш активні або розпорошені. До цього додається відчуття безсилля — сумнів, що власні дії справді щось змінюють, що підточує готовність вкладати час і енергію.

4) Додаткові чинники у вільних коментарях.

У поодиноких “вільних” відповідях з’являються згадки про фінансові обмеження та політичне розчарування. У цьому шарі важливим є не стільки сама критика, скільки її наслідок: зростання вимог до прозорості й прагнення бачити конкретний результат перед тим, як вкладати додаткові ресурси.

5) Поодинокі відповіді без бар’єрів.

Невелика частина респондентів зазначає, що їм “нічого не заважає” бути залученими. Це радше поодинокі відповіді, які показують наявність невеликого ядра людей, для яких підтримка України вже стала інтегральною частиною повсякденного життя.

Підсумок.

У межах цієї вибірки бар’єри участі найчастіше лежать у трьох площинах: виснаження й брак часу, напруження в середовищі та недостатньо зрозумілі/прозорі можливості для включення. Це підказує, що посилення

залученості радше потребує зниження “тертя” участі — ресурсно-ощадних форматів, кращої навігації та довіри, — ніж додаткових закликів.

Таблиця С3. Бар’єри участі у підтримці України (множинний вибір)

Відповіді	Загальний профіль (n = 113)	Нова хвиля (≤3 роки (n=72))	Середня хвиля (4–10 років (n=18))	Стара хвиля (≥10 років (n=23))
Втома / емоційне виснаження	58.4% (66)	61.1% (44)	77.8% (14)	34.8% (8)
Відсутність часу / перевантаження роботою	38.1% (43)	31.9% (23)	55.6% (10)	43.5% (10)
Токсичність або конфліктність серед українців	27.4% (31)	33.3% (24)	16.7% (3)	17.4% (4)
Сімейні або особисті обставини	27.4% (31)	30.6% (22)	22.2% (4)	21.7% (5)
Непрозорість або недовіра до ініціатив	21.2% (24)	25% (18)	11.1% (2)	17.4% (4)
Відсутність структурованих можливостей	20.4% (23)	19.4% (14)	16.7% (3)	26.1% (6)
Почуття безсилля або “я не впливаю”	14.2% (16)	19.4% (14)	5.6% (1)	4.3% (1)
Нічого не заважає	2.7% (3)	2.8% (2)	5.6% (1)	0.0% (0)
Інше (власна відповідь)	5.6% (4)	0.0% (0)	13.0% (3)	6.2% (7)

Суспільна дипломатія та голос України

Як часто українці за кордоном говорять про Україну

Результати опитування показують, що пояснення українського контексту іноземцям стало для більшості респондентів звичною частиною повсякденного життя. У загальному профілі понад половина опитаних зазначають, що говорять про Україну регулярно — у професійному середовищі або в побутовому спілкуванні. Ще приблизно третина робить це іноді, залежно від ситуації та власних ресурсів. Відповіді «рідко» трапляються значно рідше, а варіант «ніколи» — поодиноким. Загалом це означає, що переважна більшість респондентів принаймні час від часу залучені до неформальної комунікації про Україну, і така практика має радше системний, ніж епізодичний характер.

Водночас інтенсивність цих розмов відрізняється залежно від хвилі виїзду. Найвищий рівень регулярної комунікаційної ролі демонструють респонденти середньої хвилі (4–10 років за кордоном): більшість із них говорять про Україну регулярно, решта — щонайменше іноді. У цій групі немає відповідей «рідко» або

«ніколи», що може вказувати на поєднання достатньої інтегрованості в країні проживання зі збереженим активним зв'язком з Україною.

Схожа, хоча дещо менш інтенсивна, картина простежується серед старої хвилі (10+ років за кордоном). У цій групі також домінує відповідь «регулярно», а «іноді» трапляється рідше. Водночас саме тут з'являється помітніша частка тих, хто говорить про Україну рідко, що може відображати зміну соціальних і професійних контекстів або зміщення повсякденних пріоритетів із часом. Важливо: це відмінності між різними хвилями респондентів, а не динаміка одних і тих самих людей у часі; вони можуть відображати відмінності контекстів життя та соціальних середовищ у країнах перебування.

Натомість серед нової хвилі (≤ 3 роки за кордоном) регулярність пояснення України є нижчою: тут частіше, ніж у двох інших групах, звучить відповідь «іноді», а також трапляються варіанти «рідко» і «ніколи». Такий профіль може відображати перехідний стан частини нових мігрантів: поєднання високої емоційної включеності з обмеженими ресурсами часу, стабільності та відчуття безпеки, необхідними для постійної зовнішньої комунікації. Це може бути пов'язано з етапом адаптації та обмеженим ресурсом для постійної зовнішньої комунікації; причини цієї різниці опитування окремо не вимірює.

Загалом дані вказують, що пояснення України іноземцям є однією з ключових форм залученості респондентів за кордоном, але її інтенсивність пов'язана з етапом міграційного досвіду. У більш усталених хвилях ця роль частіше набуває регулярного характеру, тоді як для частини нової хвилі вона залишається ситуативною — що підкреслює важливість доступних, простих і менш ресурсомістких форматів підтримки для тих, хто лише проходить етап адаптації.

Таблиця D1. Як часто респонденти говорять про Україну з іноземцями (один вибір)

Відповіді	Загальний профіль (n = 113)	Нова хвиля (≤ 3 роки (n=72))	Середня хвиля (4–10 років (n=18))	Стара хвиля ≥ 10 років (n=23)
Регулярно	53.1% (60)	44.4% (32)	72.2% (13)	65.2% (15)
Іноді	32.7% (37)	37.5% (27)	27.8% (5)	21.7% (5)
Рідко	10.6% (12)	12.5% (9)	0.0% (0)	13.0% (3)
Ніколи	3.5% (4)	5.6% (4)	0.0% (0)	0.0% (0)

Що бракує для впевненої та якісної комунікації про Україну: загальний зріз і відмінності між хвилями

Відповіді респондентів показують, що бар'єри для впевненої комунікації про Україну за кордоном у цій вибірці мають переважно структурний, а не мотиваційний характер. Люди значно частіше говорять про нестачу опори для аргументації, підтримки та практичних інструментів, ніж про відсутність бажання чи позиції. У відкритих відповідях це звучить як потреба мати "під рукою" чіткі формулювання й відчувати впевненість у власному голосі: «хочеться розуміти, що і як говорити», «потрібні чіткі меседжі, а не щоразу вигадувати з нуля».

Найчастіше згадувані потреби: опора, мова і "плече поруч".

Найвиразніше проступають дві потреби, які йдуть поруч. Перша — підтримка з боку інших українців, тобто відчуття, що адвокація не відбувається "наодинці", є спільна позиція і середовище, яке підсилює. Друга — чіткі готові меседжі про Україну, які допомагають говорити про складні теми в побутовій або робочій розмові без необхідності щоразу "збирати пояснення з нуля".

Трохи нижче, але теж дуже помітний запит — матеріали та візуальні інструменти (короткі довідки, інфографіка, наочні приклади), які спрощують пояснення масштабу, причин і наслідків війни та протидію маніпуляціям: «без наочних матеріалів важко донести масштаб і контекст».

Раціональна "підкладка": аргументи, фактчекінг, історія.

Окремим шаром ідуть потреби, пов'язані з якістю аргументації: респонденти говорять про брак аргументів і фактчекінгу, а також про потребу краще розуміти історію України — як основу для відповідей на складні або провокативні запитання та протистояння дезінформації: «потрібні перевірені факти», «бракує історичного контексту...».

Рідше, але стабільно зустрічаються запити на приклади історій впливу (що реально працює і дає результат) та на розуміння пріоритетних тем — тобто "про що насамперед говорити" залежно від аудиторії й контексту.

Окремі відповіді згадують потребу краще розуміти контекст війни, а невелика частина респондентів зазначає, що їм нічого не бракує для такої комунікації.

Відмінності між хвилями виїзду: різні акценти в межах спільного запиту

Порівняння хвиль не показує "інших моделей" адвокації — радше різні точки входу в межах одного й того ж запиту на інфраструктуру підтримки (з урахуванням невеликого розміру середньої хвилі).

Нова хвиля: Тут найбільш відчутні потреби в підтримці з боку інших українців і в чітких меседжах — як способі швидко й безпечно для себе включитися в розмови.

Паралельно помітний запит на аргументи/фактчекінг і історичний контекст — як “страховку” в ситуаціях, де доводиться відповідати на сумніви, стереотипи або відверті маніпуляції.

Середня хвиля: Найпомітніший акцент цієї групи — на візуальних матеріалах та інструментах, а також на фактчекінгу/аргументах. Разом із цим звучить потреба в підтримці середовища і в більш чіткому розумінні пріоритетних тем для розмов із різними аудиторіями. У цій хвилі запит виглядає більш “інструментальним”: не стільки “чи говорити”, скільки “чим саме говорити ефективно”.

Стара хвиля: Тут сильніше, ніж в інших, виступає потреба в матеріалах/візуальних інструментах і готових меседжах — як способі підтримувати довготривалу й послідовну “видимість України” в середовищах, де інерція стереотипів може бути вищою. Також відносно частіше звучить запит на історії впливу (приклади того, що працює), тоді як потреба у фактчекінгу згадується рідше, ніж у двох інших хвилях.

Спільний висновок для всіх хвиль простий: у цій вибірці людям бракує не мотивації, а опори для дії. Це опора у трьох формах — “плече” спільноти, узгоджена мова (готові меседжі) та пакет інструментів (візуальні матеріали, аргументи, фактчекінг). Відмінності між хвилями радше показують, *який саме елемент цієї інфраструктури* стає найбільш критичним на різних етапах міграційного досвіду.

Таблиця D2. Чого бракує для впевненої та якісної адвокації України за кордоном (множинний вибір)

Відповіді	Загальний профіль (n = 113)	Нова хвиля (≤3 роки (n=72))	Середня хвиля (4-10 років (n=18))	Стара хвиля (≥10 років (n=23))
Підтримки з боку інших українців	29.2% (33)	31.9% (23)	27.8% (5)	21.7% (5)
Чітких готових меседжів про Україну	29.2% (33)	30.6% (22)	22.2% (4)	30.4% (7)
Матеріалів і візуальних інструментів	27.4% (31)	19.4% (14)	44.4% (8)	39.1% (9)
Аргументів / фактчекінгу	24.8% (28)	26.4% (19)	33.3% (6)	13.0% (3)
Кращого розуміння історії	15.0% (17)	18.1% (13)	5.6% (1)	13.0% (3)
Прикладів історій впливу	14.2% (16)	16.7% (12)	0.0% (0)	17.4% (4)
Розуміння пріоритетних тем	13.3% (15)	13.9% (10)	16.7% (3)	8.7% (2)
Кращого розуміння контексту війни	4.4% (5)	5.6% (4)	5.6% (1)	0.0% (0)
Нічого не бракує	2.7% (3)	1.4% (1)	5.6% (1)	4.3% (1)

Формати суспільної дипломатії: загальний профіль участі та відмінності між хвилями виїзду

Відповіді на запитання про готовність діяти у форматах суспільної дипломатії показують, що для більшості респондентів така діяльність радше є продовженням повсякденних практик, ніж окремою “спеціалізованою” роллю. Йдеться про дії, які природно вбудовані в щоденне життя: розмови на роботі, спілкування з друзями й колегами, культурну присутність та локальні ініціативи.

Найчастіше респонденти називають два базові формати. Перший — пояснення України іноземцям у побуті або в професійному середовищі. Другий — культурні формати “м’якої сили” (події, освіта, культура), через які Україна стає видимою й зрозумілішою в країні проживання. Така конфігурація підкреслює, що суспільна дипломатія для більшості реалізується через особисті контакти та культурну присутність — тобто через те, що доступне “тут і зараз” і не потребує формалізованих структур.

Порівняно рідше, але все одно помітно, респонденти обирають формати з вищим рівнем публічності або організаційного навантаження. Частина готова до публічних виступів, участі в дискусіях чи подкастах; близькою до цього за частотою є готовність організувати або долучатися до акцій на підтримку України. Найменш поширеним напрямом у загальному профілі є амбасадорські ініціативи — вони присутні, але не є домінуючою траєкторією залучення.

Порівняння хвиль виїзду показує, що між групами немає принципово різних моделей участі: в усіх трьох хвилях домінують ті самі “щоденні” формати — пояснення України іноземцям і культурні практики. Відмінності проявляються радше в акцентах.

Серед респондентів нової хвилі (виїхали нещодавно) найчастіше звучать базові формати — розмови/пояснення та культурні ініціативи. Водночас у порівнянні з середньою та старшою хвилями рівень залученості в цих форматах є нижчим, що може вказувати на поступове зростання формалізованої участі з часом перебування за кордоном. Також у новій хвилі присутня і готовність до публічних форматів та участі в акціях. Показово, що амбасадорські ініціативи в новій хвилі не виглядають “слабшим” напрямом — цей формат тут не поступається іншим хвилям, тобто не демонструє простої логіки “чим довше за кордоном, тим більш формалізована участь”. У цьому звіті під «амбасадорськими ініціативами» маємо на увазі більш формалізовані або рольові формати представлення України назовні (кампанії, ініціативи, спільнотні проєкти тощо); водночас у самій анкеті цей термін не деталізувався, тому його варто читати як широку самооцінку готовності до такого типу участі.

У середній хвилі (ті, хто живе за кордоном кілька років) найбільш виразним є фокус на комунікації та “м’якій силі”: саме тут особливо часто обирають пояснення України та культурні формати. Публічні виступи також представлені, тоді як акції й амбасадорські ініціативи в цій групі звучать рідше.

Для старшої хвилі (тривале проживання за кордоном) зберігаються високі показники базових форматів суспільної дипломатії — пояснення України іноземцям і культурної присутності. У цій групі також помітніше, ніж в інших хвилях, проявляється готовність до публічних виступів та участі в акціях підтримки. Водночас амбасадорські ініціативи не стають домінуючим форматом залучення.

Середня хвиля найбільш послідовно орієнтується на комунікаційні та культурні формати «м’якої сили», демонструючи найвищі показники пояснення України та культурної взаємодії, тоді як формалізовані публічні й амбасадорські формати тут звучать стриманіше.

Нова хвиля загалом рідше обирає формалізовані публічні формати, однак не виглядає менш готовою до персоналізованих форм залучення: саме в цій групі відносно частіше згадуються амбасадорські ініціативи та участь в акціях, що свідчить про інші, менш інституціоналізовані траєкторії включення.

Таблиця D4. Формати суспільної дипломатії: готовність до участі (множинний вибір)

Відповіді	Загальний профіль (n = 113)	Нова хвиля (≤3 роки (n=72))	Середня хвиля (4-10 років (n=18))	Стара хвиля (≥10 років (n=23))
Пояснення України іноземцям	70.8% (80)	65.3% (47)	83.3% (15)	78.3% (18)
Культурні формати “м’якої сили”	63.7% (72)	58.3% (42)	72.2% (13)	73.9% (17)
Публічні виступи / дискусії / подкасти	39.8% (45)	36.1% (26)	44.4% (8)	47.8% (11)
Організація/долучення до акцій підтримки	38.9% (44)	38.9% (28)	33.3% (6)	43.5% (10)
Амбасадорські ініціативи	29.2% (33)	31.9% (23)	22.2% (4)	26.1% (6)

Участь та ініціативи

Реальні форми участі в найближчі шість місяців

Відповіді на запитання про реальні активні дії в найближчі шість місяців показують помітний зсув від загальної “готовності діяти” до більш прагматичного вибору — тих кроків, які можна здійснити швидко, без складної організації та без

потреби у публічній ролі. У короткому горизонті на перший план виходять формати з низьким порогом входу й відчутним результатом.

Найчастіше респонденти називають донати на підтримку сил оборони — це наймасовіша і найбільш “пряма” форма допомоги в короткому плануванні. Далі йде блок дій, які також легко вбудовуються в повсякденність: культурні та гастроформати як м’яка сила, а також представлення України назовні — через пояснення, амбасадорство або медійну участь. Окремо виділяється пласт професійних і спільнотних форматів: частина респондентів планує включитися через менторство/професійну підтримку українців/українських ініціатив, а також через стратегічні малі кола/спільне стратегування навколо конкретних задач і тем. Окремо (не як формат взаємодії, а як самостійну форму участі) респонденти називають — підтримку ветеранів, поранених та звільнених з полону: він помітний у відповідях, хоча в найближчих шести місяцях звучить менш масово, ніж донати й “м’яка сила”.

Натомість дії, які потребують більшого ресурсу, триваліших зобов’язань або наявної інфраструктури, у найближчі 6 місяців обирають значно рідше. До них належать цільові прозорі фінансові збори, підтримка українських бізнесів у виході на міжнародні ринки, напрями, пов’язані з інвестиціями та розвитком регіонів, а також пряме інвестування/донації у відбудову й соціокультурні проєкти. У відповідях також присутня група респондентів, які прямо фіксують, що не планують долучатися в найближчі шість місяців.є радше маркер обмеженого ресурсу й обережності щодо нових зобов’язань у короткому горизонті, ніж “відсутності позиції”.

Відкриті коментарі підсилюють цей висновок: у відповідях добре видно перехід від абстрактної “участі” до дуже конкретних, приземлених форм підтримки. Частина респондентів описує найбільш реалістичне поле дії як власне найближче коло та щоденну підтримку: «Підтримка друзів та родини». Інші роблять акцент на довгострокових наслідках травми та потребі системного відновлення: «Психологічна реабілітація всіх військових від ПТСР». Також звучить запит на максимально прикладну, адресну допомогу: «Адресна допомога бійцям на нулі...». Разом ці формулювання підкреслюють: у короткому горизонті люди частіше обирають дії, які можна зробити швидко, особисто й із відчутним результатом.

Відмінності між хвилями виїзду

Порівняння між хвилями виїзду показує, що респонденти в усіх групах називають загалом схожий спектр можливих форм участі та підтримки України. Водночас відмінності між хвилями проявляються у горизонті готовності до дії та у виборі форматів, які люди вважають реалістичними для себе в короткостроковій перспективі.

Дані про готовність до участі загалом свідчать, що більшість форматів — від повсякденного представлення України назовні та культурної “м’якої сили” до публічних, професійних і стратегічних форм — сприймаються як релевантні всіма хвилями. Натомість оцінка готовності діяти в найближчі шість місяців демонструє іншу картину, більш чутливу до ресурсів, стадії адаптації та рівня вкоріненості за кордоном.

Серед нової хвилі в короткому часовому горизонті частіше обираються формати з нижчим порогом входу та меншим зобов’язанням: донати, культурні та гастроініціативи як форма “м’якої сили”, а також повсякденне представлення України через особисті контакти. Публічні, професійні та стратегічні формати в цій групі також присутні, однак рідше називаються як першочергові дії на найближчі пів року. Це може вказувати на фазу адаптації та обмежений ресурс, а не на відсутність мотивації.

Середня хвиля чіткіше тяжіє до професійно-комунікаційних форматів: у відповідях дуже помітні представлення України назовні та менторство/професійна підтримка українських ініціатив, а також стратегічні малі кола. Донати і підтримка ветеранів тут також присутні, але не як головний центр участі. На відміну від інших хвиль, у середній групі відносно помітнішими виглядають і прикладні економічні напрями (підтримка бізнесів, ринків, розвиток), водночас цільові прозорі фінансові збори в цій хвилі практично не фігурують.

Стара хвиля вирізняється найвищою концентрацією на донатах. Разом із цим у цій групі добре присутні представлення України назовні та менторство/професійна підтримка, а також помітніші, ніж в інших хвилях, цільові прозорі фінансові збори. Натомість напрями, пов’язані з інвестиціями у відбудову чи розвиток регіонів, залишаються радше нішевими й тут.

Коли респондентів просять назвати не абстрактну готовність, а те, що вони реально зроблять у найближчі шість місяців, участь “приземляється” до швидких і здійснених дій. Найчастіше люди обирають донати, культурну присутність і комунікацію про Україну, а також професійні й спільнотні формати — менторство та малі стратегічні кола. Водночас більш ресурсомісткі або довгострокові напрями (економічні інструменти, інвестиції у відбудову, складні фінансові механізми) у короткому горизонті залишаються менш популярними. Різниця між хвилями не формує “різних моделей”, але чітко показує відмінні фокуси: нова хвиля частіше тримається на швидких діях і частіше сигналізує брак ресурсу, середня — на компетенціях і комунікації, стара — на донатах і більш організованих фінансових форматах.

Таблиця Е1. Які дії респонденти готові здійснити для підтримки України в найближчі шість місяців (множинний вибір)

Відповіді	Загальний профіль (n = 113)	Нова хвиля (≤3 роки (n=72))	Середня хвиля (4–10 років (n=18))	Стара хвиля ≥10 років (n=23)
Донати на підтримку сил оборони	46.0% (52)	45.8% (33)	27.8% (5)	60.9% (14)
Культурні/гастроформати як “м’яка сила”	31.9% (36)	36.1% (26)	22.2% (4)	26.1% (6)
Представлення України назовні (пояснення/амбасадорство/медіа)	30.1% (34)	25.0% (18)	44.4% (8)	34.8% (8)
Менторство / професійна підтримка	27.4% (31)	20.8% (15)	44.4% (8)	34.8% (8)
Стратегічні малі кола / стратегування	27.4% (31)	25.0% (18)	38.9% (7)	26.1% (6)
Підтримка ветеранів / поранених / звільнених з полону	23.0% (26)	23.6% (17)	27.8% (5)	17.4% (4)
Цільові прозорі фінансові збори	11.5% (13)	11.1% (8)	0.0% (0)	21.7% (5)
Допомога українським бізнесам виходити на міжнародні ринки	10.6% (12)	6.9% (5)	22.2% (4)	13.0% (3)
Бізнес/інвестиції/розвиток регіонів України	8.0% (9)	6.9% (5)	16.7% (3)	4.3% (1)
Пряме інвестування/донації у відбудову та соціокультурні проекти	6.2% (7)	6.9% (5)	5.6% (1)	4.3% (1)
Не готовий/а долучатися в найближчі 6 місяців	9.7% (11)	12.5% (9)	5.6% (1)	4.3% (1)
Інше	2.7% (3)	2.8% (2)	0.0% (0)	4.3% (1)

Чого бракує у глобальному українському середовищі

Відповіді респондентів показують, що головний дефіцит у глобальному українському середовищі лежить не в площині мотивації, а в площині інфраструктури участі. Йдеться про дуже практичні речі: як зрозуміти, куди саме і як підключитися, з ким координуватися, де взяти готові інструменти та на які прозорі механізми спиратися. У загальному профілі найчастіше звучать два взаємопов’язані запити: потреба у кращій навігації та розумінні можливостей активного включення, а також потреба у координації з українськими ініціативами за кордоном. Поруч — очікування зрозумілих інструкцій і меседжів про те, як бути корисними, перебуваючи за межами України. Сукупно це читається як запит на “дорожні карти” й чіткі точки входу, а не на додаткові мотиваційні повідомлення загального характеру.

Паралельно помітний другий пласт потреб — про якість і ефективність дії. Респонденти говорять про нестачу інструментів для суспільної дипломатії (готових матеріалів, форматів, підказок для повсякденної комунікації) та прозорих механізмів підтримки, які знижують ризики і підсилюють довіру. Також у відповідях присутня потреба у координації з ініціативами, що працюють в Україні, тобто у двосторонніх “містках” — які передбачають не лише узгодження дій між українцями за кордоном, а й спільну розробку ініціатив разом із партнерами з України.

Що додають “інші / власні формулювання”

Відкриті відповіді розширюють картину й показують кілька повторюваних мотивів, які не завжди вміщуються у стандартні опції.

Найчастіше респонденти говорять про нестачу ресурсу та виснаження, Частина з них прямо описує, що бракує не ідей чи каналів, а часу й сил на тлі роботи, навчання й щоденної адаптації в новій країні (зокрема мовної). Це важливий нюанс: навіть коли можливості існують, “вхід” в участь може відкладатись за дефіцитом ресурсу. Як сформулювали респонденти: «Всього вдосталь, сил немає», «Скоріше бракує власного часу, щоб залучатися до ініціатив».

Другий пласт — довіра і прозорість. У низці відповідей дефіцит описується не як нестача координації, а як відсутність відчуття чесних правил, легітимних каналів і прогнозованого результату. Це пояснює, чому запит на прозорі механізми звучить так наполегливо: людям важливо розуміти, що зусилля та внесок не “розчиняться” і матимуть сенс.

Третій мотив — якість українського середовища на місці. Для частини респондентів бракує не інструментів як таких, а людей поруч — українськомовного, “свідомого” кола, контактів, через які участь стає природною. Це підкреслює, що екосистема участі починається з локальної спільноти, а не лише з онлайн-ресурсів.

Окремо звучить запит на об’єднуючі меседжі й стратегічність: не просто “що робити”, а як тримати рамку й наратив — і в короткому, і в довгому горизонті. Поруч із цим з’являється дуже практичний штрих: навіть коли потрібні матеріали та інструменти вже десь існують, їх складно швидко знайти. Це повертає до теми навігації та видимості — проблема не лише в “нестачі”, а й у доступності.

Нарешті, хоча й поодинокі, з’являється важливий “якісний” вектор: потреба в культурних ініціативах, які спрямовані саме на іноземну аудиторію і підсилюють видимість України на міжнародній арені не кількістю, а рівнем та форматом.

Відмінності між хвилями виїзду

Порівняння хвиль виїзду не змінює загальної логіки, але уточнює акценти (ці спостереження варто читати обережно, з огляду на невелику чисельність середньої хвилі).

У новій хвилі частіше йдеться про базові речі: де знайти можливості включення і як координуватися за кордоном, а також про потребу зрозумілих меседжів, які допомагають діяти впевненіше в новому середовищі. Для середньої хвилі найбільш виразним є запит на зв'язок і координацію з ініціативами в Україні — ніби важливо не просто підтримувати, а бути синхронізованими з тим, що відбувається “всередині”. Для старшої хвилі частіше звучать теми чітких рамок, інструментів і прозорих механізмів, тобто умов, що дозволяють діяти системно та з довірою.

У сукупності ці відповіді описують запит на згуртовану екосистему участі: ясні маршрути включення, узгоджені канали координації, доступні інструменти та прозорі правила взаємодії. Відкриті відповіді додають критичний нюанс: окрім інфраструктури, участі часто перешкоджає брак ресурсу (часу/сили) і довіри. Тобто, щоб розкрити потенціал глобального українського середовища, важливо не лише створювати можливості, а й знижувати “тертя” участі — робити її більш видимою, зрозумілою, ресурсно-ощадною і такою, що дає відчутний результат.

Таблиця E2. Чого бракує у глобальному українському середовищі (множинний вибір)

Відповіді	Загальний профіль (n = 113)	Нова хвиля (≤3 роки (n=72))	Середня хвиля (4–10 років (n=18))	Стара хвиля (≥10 років (n=23))
Розуміння і можливостей активно включитись у діяльність	37.2% (42)	37.5% (27)	44.4% (8)	30.4% (7)
Координації з українськими ініціативами за кордоном	36.3% (41)	37.5% (27)	44.4% (8)	26.1% (6)
Координації з українськими ініціативами в Україні	28.3% (32)	27.8% (20)	50.0% (9)	13.0% (3)
Інструкцій/меседжів від української влади, як бути корисними за кордоном	33.6% (38)	34.7% (25)	11.1% (2)	47.8% (11)
Інструментів для суспільної дипломатії	31.0% (35)	27.8% (20)	27.8% (5)	43.5% (10)
Прозорих механізмів підтримки	26.5% (30)	23.6% (17)	22.2% (4)	39.1% (9)
Інше / власні формулювання	16.8% (19)	18.1% (13)	11.1% (2)	17.4% (4)

Необхідність нових ініціатив

На відкрите запитання про одну нову ініціативу у 2026 році відповіли 68 респондентів і сам запит звучить у двох режимах — як потреба в тому, що має існувати (інфраструктура/інструменти/координація), і як пропозиція участі (“у що я готовий/готова включитися”). Тому нижче йдеться не про “взаємовиключні категорії”, а про повторювані ядра запиту.

Найпомітніший висновок цього блоку простий: люди найчастіше просять не “ще одну ініціативу як таку”, а спосіб упорядкувати й підсилити те, що вже існує, через видимість, зрозумілі правила гри, координацію та інструменти, які знижують поріг входу.

Точка входу та навігація: «де і як долучитися»

Найчастіше звучить потреба в єдиній точці входу — просторі, де можна швидко побачити актуальні можливості участі, зрозуміти, що працює, кому можна довіряти, і як приєднатися без довгих пошуків. Це формулюють як платформу/каталог/мапу ініціатив і форматів участі — «список ініціатив, до яких можна долучитись прямо зараз», «платформа спільної координації», «платформа проєктів, до яких можна долучитись».

Комунікаційні інструменти: «слова, факти, відповіді»

Другий великий кластер — запит на впевненість у комунікації: не лише “мотивацію говорити”, а готові рамки, аргументи й перевірені матеріали. Респонденти описують потребу в структурованих відповідях на типові запитання, антидезінформаційних пакетах, узгоджених меседжах і надійній статистиці, яку можна “легко демонструвати” у розмові з місцевими. Це радше запит на інфраструктуру комунікації, ніж на окремі одноразові кампанії.

Культурна дипломатія і «позитивна видимість» України

Частина відповідей фокусується на культурній присутності як на інструменті довгої гри: робити Україну видимою для іноземних аудиторій через сучасну культуру, освіту, події, м’яку силу. Тут важливий акцент: люди просять не тільки “про традиції”, а про привабливі, якісні, конкурентні формати, які підсилюють образ України як цікавої, сильної та надійної — і знімають втому від одноманітної воєнної рамки, не заперечуючи війну.

Діти, мова, освіта: інвестиція в тяглість ідентичності

Окремим, дуже виразним мотивом звучить підтримка дітей та підлітків за кордоном: мова, освіта, спільнота, психологічна стійкість, творчі та дружні до сімей формати. У цих відповідях “ідентичність” звучить не як ностальгія, а як практична турбота про майбутнє — про те, щоб українськість не розмивалася у щоденній інтеграції та перевтомі.

Інституційний каркас: роль держави/посольств і координація голосів

Частина респондентів прямо називає потребу в більш офіційній рамці — участі посольств/консульств або хоча б структурі, яка дає відчуття легітимності й масштабу ("віртуальне посольство", "державна політика для українців за кордоном"). Водночас поруч із цим у відповідях є обережний фон недовіри: запит на інституційність часто йде разом із вимогою прозорості й чесних правил, без яких "офіційність" не додає довіри.

Війна як першочерговість: реабілітація, психічне здоров'я, підтримка військових

Менш чисельно, але дуже прямо, звучать пропозиції, де "одна ініціатива" = підтримка тих, хто несе основний тягар війни: реабілітація поранених, психічне здоров'я, підтримка військових і тих, хто повертається.

Мета-сигнал: «важко назвати одну» — не брак ідей, а брак зібраності

Важлива частина відповідей фактично ставить під сумнів сам формат "одна нова ініціатива": люди пишуть, що ініціатив і так багато, або їм важко обрати одну, бо проблема — в ефективності, фокусі, пріоритизації та механізмах. Це не "порожні відповіді", а окремий результат: запит на якість екосистеми, а не на кількість нових назв.

Якщо стисло, цей блок формулює запит на інфраструктуру включення, а не на новий бренд. Люди описують, що найкраще конвертує готовність у дію: зрозумілі точки входу й координація, інструменти для впевненої комунікації, сильна культурна присутність, підтримка дітей та освітніх траєкторій, а для частини — легітимний інституційний каркас, якому можна довіряти. І головне — механізми, які зменшують "тертя" участі та переводять готовність діяти у прості, здійсненні кроки.

Висновки

Основні висновки

- Українськість за кордоном лишається первинною ідентичністю, а не статусом. Респонденти найчастіше мислять і називають себе насамперед українцями, тоді як ярлики на кшталт "діаспора", "біженець", "мігрант" залишаються другорядними й не визначають самоопис.
- Стадія війни в діаспорному досвіді зміщується від мобілізації до витривалості. Підтримка України стала рутинною, але водночас відчутні втома, управління інформаційним перевантаженням і переформатування участі "на довгу".

- Головний дефіцит — інфраструктура включення, а не мотивація. У відповідях повторюється потреба в навігації й точці входу, координації, готових інструментах і прозорих правилах із прогнозованим результатом.
- Багато людей діють як “публічні дипломати” України. Пояснення України іноземцям, протидія міфам і культурна видимість — це для значної частини респондентів регулярна повсякденна роль, а не нішевий активізм.
- Є запит на легітимність, але тільки разом із прозорістю. Інституційні рамки (посольства/держава, узгодженість голосів) можуть підсилювати ефект, але працюють лише за умов чесних правил, довіри й зрозумілої логіки результату.
- Два довгі стратегічні вектори: сучасна “позитивна видимість” України та міжпоколінна тяглість. Паралельно з реактивною підтримкою війни в відповідях проступає потреба в культурній присутності (не зводячи Україну лише до війни) та в роботі з дітьми/мовою/освітою як інвестиції в майбутнє.
- Недовикористаний потенціал — “професійні мости”. Готовність бути корисними компетенціями існує, але потребує спеціально спроектованих механізмів (запити, матчинг, короткі проекти, прозорі правила), щоб перетворювати емоційний зв’язок на довший, структурний вплив.
- Хвиля виїзду виступає одним із ключових факторів сегментації залученості: у різних хвилях спрацьовують різні “точки входу”, різний рівень доступного ресурсу та різні траєкторії переходу від індивідуальних дій до організованих форматів. Це означає, що універсальна пропозиція участі може мати нерівну ефективність і створюватиме втрати — або через завищені вимоги для нової хвилі, або через недовикористання потенціалу старших хвиль.

Висновки щодо самоідентифікації

- Самоідентифікація українців/українок за кордоном у цій вибірці рідко зводиться до одного визначення: частіше це багатозарова конструкція, де українськість як базова приналежність поєднується з досвідом життя за кордоном і внутрішньою переадаптацією до нових умов. Найтиповішою рамкою є «українець/українка за кордоном», тобто проживання поза країною додає географічний вимір, але не заміщує зв’язок з Україною. Поруч із цим виразно присутні формули належності поза територією («я частина України») та перехідні стани («між двома домами»), які радше описують процес пошуку балансу, ніж “втрату” ідентичності. Також присутня транснаціональна рамка «Global Ukrainian» (глобальний

українець/українка), тоді як міграційні/правові статуси лишаються на периферії самоопису; поодинокі відповіді «поки не знаю» серед «нової хвилі» можна трактувати як фіксацію відкритої невизначеності в умовах вимушеної міграції.

- У відповідях про сенс українськості за кордоном під час війни ідентичність часто описується як роль і щоденна практика, а не як “статус”: повторюється мотив “голосу України” — відповідальності пояснювати контекст, тримати аргументацію та реагувати на дезінформацію в повсякденних і професійних контактах. Паралельно проходить сильний пласт переживання життя “в двох реальностях” (тілом — у країні проживання, думками — в Україні), що підкреслює напругу дистанції й відчуття неповної присутності “ніде”; у цій логіці українськість постає як динамічний процес, що змінюється разом із подіями та обставинами. Додається моральний вимір вимушеності виїзду — біль, провина і потреба знайти “корисність/місію”, яка повертає відчуття сенсу та внутрішньої узгодженості.
- Окремо українськість артикулюється як довга міжпоколінна робота: збереження мови й культури, особливо через виховання дітей, незалежно від планів повернення. Поруч звучить ідентичність як дія в публічному просторі — протидія російським наративам, захист гідності України та підтримка сил оборони, що поєднує особисте переживання з публічною позицією. У сукупності ці мотиви фіксують важливий тренд: для значної частини респондентів українськість за кордоном — це не “ностальгія”, а поєднання відповідальності, щоденних практик і стратегічної турботи про тяглість.

Зв'язок з Україною

- У цій вибірці зв'язок з Україною відзначається як високий і емоційно насичений незалежно від тривалості перебування за кордоном. Елемент, коли людина виїхала з України впливає не стільки на “наявність” зв'язку, скільки на його переживання. У старших хвилях зв'язок частіше звучить як стабільний і усталений, тоді як у новій хвилі він так само сильний, але більш вразливий і напружений — із відчутнішою емоційною турбулентністю вимушеної міграції.
- Зв'язок тримається не на одному каналі, а на системі паралельних “опор”, які підсилюють одна одну: емоційних, інформаційних, культурних і практичних. Найпотужніший якор — родина й близькі в Україні (зв'язок “через людей”), поруч — українська мова та регулярний контакт з українським інформаційним простором, що підтримують відчуття присутності та включеності на відстані. Далі зв'язок часто переходить у діяльнішу форму через спільноти, горизонтальні мережі, волонтерство й

участь у ініціативах, а також через культурні практики та поїздки, які працюють як “перепідключення” до дому. Стратегічно важлива опора — професійна взаємодія з Україною (робота, проекти, експертність) акцентується на порівняно нижчому рівні, але все ж може розглядатись, як потенціал для довших форматів залучення та впливу. На рівні акцентів нова хвиля частіше тримається на найбільш прямих якорях (родина, новини, поїздки), середня — на мові та мережево-культурних практиках, а стара — частіше пов’язує зв’язок із волонтерством, новинами і участю в українських проєктах.

Висновки щодо залученості

- Серед українців за кордоном з даної вибірки фіксується стабільне ядро довготривалої участі: для більшості підтримка України стала усталеною практикою. Поруч із цим співіснують дві менші динаміки: нарощування залученості, коли з часом з’являється більше ресурсу і люди розширюють форми участі, та вимушене зниження через виснаження, психологічне навантаження й складність поєднувати адаптацію за кордоном із постійною присутністю війни. Окремі відповіді “важко сказати” виглядають як маркер перехідного стану: мотивація є, але бракує енергії або простих форматів без надмірних зобов’язань.
- Мотивації залученості в цій вибірці складаються у практичну логіку: людей утримує відчуття зв’язку з Україною та відчуття реального впливу, а також підтримує соціальний контур — контакти з “своїми людьми” і спільнотами. Окремо проступає професійний мотив: бажання бути корисними компетенціями через експертність, партнерства чи проєктну участь; для частини респондентів мотивація стає максимально конкретною, коли війна має прямий сімейний вимір (служба близьких). Важливий акцент для інтерпретації: “невключеність” у відповідях частіше читається як обмеження ресурсу, а не як байдужість.
- Бар’єри участі в цій вибірці описані як поєднання трьох взаємопов’язаних вузлів: ресурсності (втом, дефіцит часу, “подвійне навантаження” адаптації й війни), довіри/прозорості та навігації (потреба в легітимних, зрозумілих механізмах і точках входу), а також якості українського середовища на місці. В останньому блоці окремо проступає тема конфліктності й токсичності всередині українських спільнот за кордоном: для частини людей внутрішня напруга, стигматизація й “несприятливий тон” взаємодій стають відчутним демотиватором бути “всередині” колективних активностей.

Суспільна дипломатія

- Суспільна дипломатія для українців/українок за кордоном у цій вибірці радше є “режимом життя”, ніж окремою формальною роллю: пояснення України іноземцям стало звичною частиною повсякденних контактів у роботі, побуті та соціальному колі. Інтенсивність цього “голосу” водночас залежить від етапу міграційного досвіду: у більш усталених хвилях він частіше регулярний, тоді як у новій хвилі помітно більш ситуативний — не через слабший зв’язок з Україною, а через дефіцит ресурсу та стабільності, потрібних для постійної зовнішньої комунікації.
- На рівні практик домінує базова “двійка” форматів: повсякденні розмови й пояснення України в різних середовищах та культурні форми “м’якої сили”, які роблять Україну видимою для іноземної аудиторії. Публічні виступи, участь у заходах та акціях, а також амбасадорські ініціативи присутні як важливе доповнення, але не витісняють повсякденний рівень; різниця між хвилями проявляється радше в акцентах (середня хвиля сильніше спирається на комунікацію й “м’яку силу”, старша — дещо частіше готова до публічності та акцій).
- Бар’єри для впевненої публічної дипломатії мають переважно структурний, а не мотиваційний характер: людям бракує “опори для голосу” — узгодженої мови, готових меседжів, аргументів і фактчекінгу, візуальних матеріалів, а також відчуття плеча спільноти й ефективних механізмів координації з ініціативами в Україні. У сукупності це вказує на потребу не стільки в закликах “говорити більше”, скільки у створенні інфраструктури, яка зменшує тертя входу, робить голос України більш впевненим і узгодженим та підтримує довгу витривалість участі.

Форми залученості та ініціативи

- У сфері конкретних дій на найближчий період з боку закордонних українців, особливо відзначається готовність на низькопорогові кроки, які можна вбудувати в повсякденність без складної організації та без потреби у публічній ролі. Поруч із донатами й регулярною комунікацією/культурною присутністю виразно з’являється попит на професійні та спільнотні формати (менторство, малі стратегічні кола/спільне стратегування), тоді як більш ресурсомісткі й довгострокові напрями частіше відкладаються або залишаються нішевими. На рівні хвиль це читається як різні “поля реалістичності”: нова хвиля частіше тримається швидких дій і сигналізує брак ресурсу, середня — більше спирається на компетенції та комунікацію, стара — частіше зосереджується на донатах і більш організованих фінансових форматах.

- Ключовий дефіцит залучення лежить в площині інфраструктури участі: людям потрібні чіткі точки входу й навігація (“де і як долучитися”), координація між ініціативами за кордоном та з Україною, готові інструменти й зрозумілі меседжі для дії, а також прозорі механізми, на які можна спертися. Важливий нюанс відкритих відповідей: навіть коли можливості існують, “вхід” у залучення часто блокується ресурсом (втома/брак часу), а довіра й прозорість виступають умовою готовності діяти системно. Додатково підкреслюється роль локального українського середовища: для частини респондентів участь впирається не стільки в інструменти, скільки в наявність “здорового кола” поруч, через яке залучення стає природним.
- Респонденти чітко висловили запит на упорядкування й підсилення існуючих ініціатив — через видимість, зрозумілі правила гри, координацію та інструменти, які знижують поріг входу. Повторювані ядра запиту включають єдину “точку входу”/каталог можливостей, пакети для впевненої суспільної дипломатії (меседжі, аргументи, фактчек, візуальні матеріали), а також системні культурні формати. Окремий довший горизонт потреб пов’язується з дітьми, мовою й освітою як інвестицією в тяглість ідентичності; для частини важливий і легітимний інституційний каркас (зокрема роль держави/посольств), але за умови прозорих правил. Окремим пріоритетом звучить війна як першочерговість — підтримка сил оборони, реабілітації та психічного здоров’я, допомога тим, хто несе основний тягар війни.

Рекомендації

1. Відновлення України залежить не лише від повернення, а й від системного залучення тих, хто залишиться за кордоном

Значна частина українців залишатиметься за кордоном, зберігаючи зв’язок з Україною, готовність допомагати та потенціал до внеску. Водночас цей зв’язок досі рідко розглядається як окремий напрям політики. У результаті один із найбільших зовнішніх ресурсів України залишається недостатньо інтегрованим у логіку відновлення. Необхідно перейти від логіки епізодичної взаємодії до системного підходу, в якому українці за кордоном розглядаються як повноцінний людський, професійний і мережевий ресурс країни.

2. Проектувати участь як інфраструктуру, а не як “мотиваційну кампанію”

У більшості випадків ініціативам не потрібно “переконувати любити Україну” чи додатково нагнітати мотивацію — вона вже є. Слабке місце зазвичай в іншому: людям складно зрозуміти, куди саме і як заходити, як обрати формат, що

відповідає їхньому ресурсу, і як діяти без хаосу та відчуття “я роблю щось не те”. Необхідно будувати участь як інфраструктуру: з чіткою навігацією, прозорими правилами, зрозумілими ролями, готовими інструментами та мінімумом зайвих бар’єрів. Практично це означає мати одну “точку входу”, кілька типових маршрутів участі та прості описи: що саме робити, скільки часу це займає, який очікуваний результат і як ініціатива забезпечує прозорість. Потрібно локалізувати рішення, так як базові патерни участі схожі, але точки входу, партнери й рівень довіри можуть відрізнятись між країнами та містами — тому інструменти й формати варто адаптувати під локальний контекст.

3. Робити залучення витривалим, а не одномоментним

Війна і довгий стрес формують середовище, де навіть найбільш мотивовані люди можуть виснажуватися, “провалюватися” в ресурсі й тимчасово знижувати участь. Тому стратегічно виграють ті ініціативи, які планують залучення “на довгу дистанцію”. Це означає: пропонувати різні рівні інтенсивності (від дуже легких кроків до довгих ролей), будувати участь короткими циклами, дозволяти паузи без сорому й “виключення зі спільноти”, а також підтримувати регулярний ритм маленьких дій, які реально витримувати. Важливо уникати моделі “постійно більше”: вона швидко спалює ядро, знижує довіру і в довгій перспективі зменшує загальний вплив. Якщо мова про розбудову здорових локальних спільнот, це майже ніколи не є короткостроковою ініціативою. Варто чесно закладати довший горизонт і етапність: старт → укорінення → лідерство → сталі практики.

4. Конвертувати повсякденну публічну дипломатію в масштабований вплив

Багато українців за кордоном щодня виконують роль “публічних дипломатів”: пояснюють контекст, відповідають на запитання, розмовляють з колегами, протидіють міфам і підтримують видимість України через культурні практики. Це один із найцінніших активів, бо він масовий, повторюваний і діє постійно — але зараз він часто розпорошений і працює “сам по собі”. Завдання ініціатив — перетворити цю щоденну дипломатію на узгоджену стратегічну силу: дати людям опору (меседжі, фактчек, аргументи, короткі відповіді на типові “незручні” питання, візуали), але також вибудувати стратегічну рамку — пріоритетні теми й цільові аудиторії в конкретних країнах, ролі та рівні публічності, канали взаємодії з місцевими медіа/інституціями/роботодавцями, і “сходинки” від побутових розмов до публічних дій. Практично це означає створення пакетів і реплікованих форматів (“візьми і зроби”), а також мережі людей, які можуть брати на себе більш видимі ролі (спікери, модератори, культурні організатори, експерти) — з підтримкою, координацією та швидким оновленням матеріалів. У результаті повсякденні розмови й культурні практики перестають бути розрізненими зусиллями і стають масштабованим впливом: точнішим, менш виснажливим, більш узгодженим і здатним підтримувати Україну під час війни та в період

відбудови. Корисними ініціативами в даному випадку можуть бути збірки/бібліотеки з тематичними "шпаргалками" та готовими повідомленнями, щоб людям не доводилося щоразу "вигадувати з нуля". Також, корисними будуть формати та інформація, які допомагатимуть вбудовуватися в локальні контексти - не лише "говорити про Україну іноземцям", а говорити мовою їхніх реалій і спільних тем, будувати спільний досвід та партнерства.

5. Інвестувати в здорове середовище та правила взаємодії

Токсичність, конфліктність і внутрішні розколи в українських спільнотах за кордоном та між українцями за кордоном та в Україні є прямим бар'єром залучення. Люди, які не хочуть витратити ресурс на конфлікти, часто не перестають підтримувати Україну, але переходять у "тихі" індивідуальні формати і уникають спільнотних активностей. Для ініціатив це означає, що правила взаємодії, модерація, безпечні простори, культура поваги й механізми розв'язання конфліктів мають бути закладені як базова інфраструктура, а не як додаткова опція. Якщо ініціатива стає місцем, де "можна бути разом без виснаження", вона різко підвищує шанс на регулярну участь і довший горизонт співпраці.

6. Будувати довіру і прозорість як конкурентну перевагу

У середовищі, де люди постійно стикаються з різними запитами на підтримку, довіра і прозорість стають критичною валютою. Рекомендація — стандартизувати мінімальні правила довіри: чіткі критерії, зрозумілий шлях внеску/коштів, регулярні короткі звіти, прогнозований результат і пояснення логіки рішень. Важливо не лише звітувати "що зроблено", а показувати "що саме змінилося" завдяки участі. Саме видимий ефект і швидкий зворотний зв'язок підвищують готовність людей переходити від простих дій до складніших форматів — партнерств, професійних внесків, довших програм і (за наявності відповідних механізмів) інвестиційних моделей. Також, ініціативам варто чітко показувати *кому саме* люди делегують (організація/партнер/інструмент) і *якими механізмами* знімаються ризики (перевірка партнерів, аудит/нагляд, правила прийняття рішень, прозорі бюджети).

7. Сегментувати пропозицію за хвилями та будувати "сходишки участі"

Хвиля виїзду впливає не на "любов до України", а на ресурс, стабільність і доступні формати дії. Тому одна універсальна програма неминуче працюватиме нерівно і створюватиме втрати. Необхідно проектувати кілька паралельних маршрутів із різним порогом входу та різною інтенсивністю, і при цьому чітко будувати "сходишки участі": від коротких, неопублічних і ресурсно-ощадних ролей — до регулярної участі в групах/проектах — і далі до довших ролей, лідерства та структурованих внесків. Такий дизайн підвищує конверсію і утримання без додаткового тиску на людей, а також дозволяє органічно переводити частину

аудиторії в глибші форми участі. Окремим стратегічним ходом можуть бути ініціативи націлені на зв'язування хвиль між собою, наприклад, у групових форматах спільних заходів або ж у індивідуальних форматах “наставник/провідник у країні + нові учасники”.

8. Ураховувати багат шарову самоідентифікацію та говорити мовою приналежності, а не статусів

Для багатьох українців за кордоном центральною є не юридична категорія, а відчуття приналежності й питання “як бути корисним/корисною”. Тому ініціативам важливо уникати рамки “мігранти/статуси” і говорити мовою сенсу та дії: що можна зробити, як долучитися, які є ролі й маршрути. Окремо доцільно розвивати рамку “Global Ukrainian” як потенціал для мережевих моделей впливу (експертиза, коаліції, професійні мости).

9. Працювати з “портфелем опор” зв'язку з Україною

Зв'язок з Україною тримається на різних опорах — людських, інформаційних, культурних і практичних — і вони взаємно підсилюють одна одну. Якщо ініціатива робить ставку лише на один канал (наприклад, лише події або лише донати), частина аудиторії неминуче випадає. Рекомендація — будувати екосистему опор: підтримувати формати, що працюють через людей (зв'язки, спільноти), через мову та інформаційний простір, через культуру, а також через конкретну дію/проекти. Окремо важливо проєктувати переходи між опорами як шлях до глибшої участі: від пасивного контакту — до спільноти — до регулярної дії — до довгих ролей і відповідальностей. Корисною ініціативою може бути створення “портфелю”, який збиратиме приклади та формати (по країнах/містах/типах дій), які можуть легко застосуватись у інших контекстах - повністю або ж з невеликою адаптацією.

10. “Вирощувати” професійні мости як стратегічно найцінніший тип залучення

Професійні мости — один із найпотужніших каналів довгострокового впливу, але він рідко виникає сам собою. Люди можуть хотіти допомагати компетенціями, проте без механіки це лишається наміром. Потрібно створювати зрозумілу систему професійного внеску: збір запитів з України/партнерів, матчинг людей за компетенціями, короткі проєкти з чіткими задачами і термінами, перехід найуспішніших взаємодій у довші партнерства. Важливо мати рамку довіри (правила, прозорість, ролі, відповідальність), щоб цей внесок був комфортним і для людей, і для партнерів, а енергія не розчинялася в хаотичних ініціативах.

11. Вибирати “довгі ставки” і підтримувати тяглість

Поряд із реактивними форматами підтримки війни важливо тримати довгі стратегічні напрями, які працюють на майбутнє: культурна видимість України,

діти/мова/освіта, міжпоколінні програми, розвиток позитивної та сучасної присутності України у світі. Для масштабування тут добре працюють “репліковані” локальні формати (“візьми і зроби”) — пакети подій і матеріалів, які можуть повторюватися в різних країнах без надмірної централізації. Це дозволяє одночасно зберігати якість, розширювати географію і підтримувати тяглість українськості за кордоном.

Подяка

Дякуємо кожній людині, яка зробила внесок у дане дослідження. Респондентам і респонденткам — за час, довіру та чесність. Саме ваші відповіді дозволили побачити не лише “рівень залученості”, а реальні умови, які або підтримують, або виснажують участь українців за кордоном.

Окрема подяка експертам, хто долучився до сенс-чеку та коментування чернетки: ви допомогли перевірити мову, логіку інтерпретацій, тон, і те, наскільки висновки можуть бути корисними для дії — інституціям, спільнотам і ініціативам.

У процесі підготовки звіту дотримано принципів конфіденційності: відповіді опитування узагальнено й подано без персональної ідентифікації. Усі помилки або неточності, якщо вони залишилися, є відповідальністю авторів.

Команда GNIZDO