

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»
ФАКУЛЬТЕТ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ, ПРАВА ТА
МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
КАФЕДРА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН І ПОЛІТИЧНОГО
МЕНЕДЖМЕНТУ**

**Демчук Антон Анатолійович
(студента групи ПО-1)**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

«Іміджева політика України»

(представлена на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр»
галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки»
спеціальності 052 «Політологія»)

Допускається до захисту
протокол № _____
від _____
в.о. завідувача кафедри
міжнародних відносин
і політичного
менеджменту
д.е.н., доц.
Ірина ГРАБЧУК

(підпис)

Науковий керівник
к.політ.н.,доц. Рафальський І.О.

(підпис)

Рецензент
к.політ.н.,доц. Сергєєв В.С.

(підпис)

**Житомир
2025**

Я, Демчук Антон Анатолійович, цим засвідчую, що представлена до захисту кваліфікаційна робота виконана на основі власних наукових досліджень. Текст не містить доробку інших дослідників без відповідних посилань на їх праці.

Я попереджений про те, що буду недопущений до захисту, а в разі отримання диплому – буду позбавлений його відповідно до чинного законодавства України.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ТА СКЛАДОВІ ІМІДЖУ ДЕРЖАВИ	7
1.1. Поняття іміджу та іміджевої політики держави	7
1.2. Роль медіа та дипломатії у формуванні іміджу	15
Висновки до першого розділу	18
РОЗДІЛ 2 ІМІДЖ УКРАЇНИ НА МІЖНАРОДНІЙ АРЕНІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ВИКЛИКИ	19
2.1. Формування іміджу незалежної України та вплив політико-економічних факторів	19
2.2. Оцінка поточного іміджу України на основі міжнародних рейтингів	24
2.3. Кризи іміджу України, зокрема пов'язані з війною та внутрішніми проблемами	34
Висновки до другого розділу	43
РОЗДІЛ 3 НАПРЯМКИ ІМІДЖЕВОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ	48
3.1. Основні напрямки іміджевої політики України	47
3.2. Стратегії покращення іміджу України через реформи та міжнародні ініціативи	54
3.3. Роль громадянського суспільства, медіа та міжнародної співпраці у вдосконаленні іміджевої політики	56
Висновки до третього розділу	59
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	64
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	67

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасному геополітичному ландшафті, де інформаційні потоки відіграють ключову роль у формуванні міжнародної думки та прийнятті рішень, актуальність теми «Іміджева політика України» набуває особливого значення. Зіткнувшись із безпрецедентними викликами, що виникають внаслідок широкомасштабної агресії РФ, здатність України ефективно доносити свій імідж, цінності та прагнення на міжнародну арену є питанням національної безпеки та виживання.

По-перше, в контексті війни позитивний імідж України є потужним інструментом для мобілізації широкої міжнародної підтримки. Це включає не лише військову та фінансову допомогу, а й політичний тиск на агресора, запровадження санкцій та засудження дій Росії на міжнародних майданчиках. Світ повинен чітко зрозуміти, що Україна є жертвою неспровокованої агресії, бореться за свій суверенітет, територіальну цілісність та демократичні ідеали.

По-друге, необхідна активна іміджева політика для протидії потужній дезінформаційній кампанії, розпочатій Росією. Кремлівська пропаганда намагається спотворити реальність, дискредитувати Україну та посіяти сумніви щодо її здатності існувати самостійно. Ефективне поширення правдивої інформації, спростування фейкових новин та розповідь власної історії є життєво важливими для формування об'єктивного сприйняття України у світі.

По-третє, з точки зору повоєнної відбудови та розвитку, позитивний імідж країни відіграватиме вирішальну роль у залученні іноземних інвестицій, технологій та знань. Інвестори та міжнародні партнери будуть більш охочі співпрацювати з країною, яка сприймається як стабільна, надійна та перспективна.

По-четверте, євроінтеграційні прагнення України безпосередньо залежать від її іміджу. Демонстрація відданості європейським цінностям, впровадження реформ та бути відповідальним членом європейської спільноти є ключовими

елементами цього процесу. Позитивний імідж сприяє сприйняттю України як рівноправного партнера.

По-п'яте, іміджева політика також важлива для внутрішньої консолідації українського суспільства. Формування позитивного іміджу країни, її історії, культури та досягнень сприяє зростанню національної гордості, патріотизму та єдності.

Зрештою, культурна дипломатія, яка є складовою іміджевої політики, розкриває світові багатство та унікальність української культури, сприяє її більшому визнанню та зміцненню міжкультурних зв'язків.

Тому, в контексті війни, боротьби за міжнародну підтримку, боротьби з дезінформацією, прагнення до економічного відновлення та європейської інтеграції, а також внутрішньої консолідації та культурного просування, актуальність комплексної та ефективної «Політики іміджу України» є незаперечною та стратегічно важливою для її майбутнього.

Мета дослідження: комплексний аналіз сучасного стану іміджу України на міжнародній арені та розробка практичних рекомендацій щодо його формування, підтримки та покращення в контексті сучасних викликів та стратегічних пріоритетів держави.

Для досягнення заданої мети визначити такі завдання:

- Проаналізувати теоретико-методологічні засади формування іміджу держави, включаючи визначення ключових понять, моделей та інструментів іміджевої політики.
- Оцінити сучасний стан іміджу України на міжнародній арені, виявивши ключові позитивні та негативні аспекти, а також фактори, що на нього впливають.
- Дослідити вплив російської агресії на імідж України, визначивши основні інформаційні кампанії противника та їх наслідки для сприйняття країни у світі.

- Виявити та проаналізувати основні суб'єкти та інститути, залучені до формування та реалізації іміджевої політики України, оцінивши їхню ефективність та координацію.
- Дослідити використання різних каналів та інструментів комунікації у іміджевій політиці України, включаючи публічну дипломатію, культурну дипломатію, цифрову дипломатію та зв'язки з громадськістю.
- Вивчити досвід інших країн у формуванні позитивного іміджу, особливо в умовах криз та конфліктів, з метою виявлення кращих практик, які можуть бути застосовані в Україні.
- Розробити практичні рекомендації щодо удосконалення іміджевої політики України, спрямовані на зміцнення позитивного образу країни, протидію дезінформації та залучення міжнародної підтримки.

Об'єкт дослідження - процес формування та реалізації іміджевої політики України на міжнародній арені.

Предмет дослідження - стратегії, інструменти та механізми формування позитивного іміджу України, а також фактори, що впливають на його сприйняття міжнародною спільнотою в умовах сучасних викликів.

Методи дослідження: аналіз наукової літератури та нормативно-правових актів, контент-аналіз, порівняльний аналіз.

Структура роботи: Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, поділених на підрозділи, висновків та списку джерел. Загальний обсяг роботи – 68 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ТА СКЛАДОВІ ІМІДЖУ ДЕРЖАВИ

1.1. Поняття іміджу та іміджевої політики держави

Проблема політичного іміджу як мистецтва навмисного управління уявою в системі владних відносин виникла одночасно з процесом диференціації суспільства. Утвердження інституту влади вимагало розробки певних механізмів впливу на людей та формування образу високопоставлених осіб, що відрізнявся від їхнього звичного образу. Також стали дуже затребуваними спеціалісти, які знають, як створити та посилити необхідне враження.

Слово «імідж» має англійське походження. Перекладається як «образ». Довідкові видання трактують це поняття як цілеспрямовано сформований образ; як емоційно забарвлений образ, що сформувався в масовій свідомості та набув характеру стереотипу; як сукупність певних якостей, які люди асоціюють з конкретною особистістю; як представлення чогось, що мало місце раніше, конкретного чи абстрактного, і що дуже нагадує щось у представленні чогось іншого [3, с. 36]. Слід зазначити, що категорія «імідж» сьогодні суттєво відрізняється від традиційного тлумачення «іміджу» як такого та пов'язана зі сферою соціального пізнання. Будучи явищем індивідуальної, групової чи масової свідомості, образ функціонує як репрезентація, в якій зовнішні та внутрішні характеристики об'єкта поєднуються у складній взаємодії.

Політичний імідж виникає лише тоді, коли він стає «публічним» і починає впливати на різні аспекти політичної практики. Для створення іміджу, наприклад, депутата, потрібно мати хоча б одного виборця, а для створення корпоративного іміджу потрібна група чи політична організація як носій індивідуальної, групової чи масової свідомості. Хоча політичний образ універсальний, він певною мірою абстрактний, схематичний, спрощений та динамічний порівняно зі своїм носієм. Наприклад, динамізм політичного образу

полягає в тому, що він швидко змінюється відповідно до нової політичної, соціальної, економічної чи іншої ситуації, яка впливає на «несвідомі» запити суб'єктів сприйняття. Загалом, образ завжди являє собою своєрідну «напівправду»: він встановлює певні напрямки для «мислення» відповідно до соціального досвіду суб'єкта. У його формуванні важливу роль відіграють стереотипи та асоціації, за допомогою яких люди ідентифікують об'єкт сприйняття, хоч і з якостями, вже сприйнятими ними, але які часто не відповідають дійсності [4, с. 46].

Будь-який політичний імідж – це особливий тип іміджу. Він включає політичні та психологічні характеристики, властиві образу загалом, а також риси, властиві лише його конкретному різновиду. Експерти часто визначають політичний імідж як сформований та просуваний образ щодо кандидата, партії, громадськості чи політичного руху, забуваючи, що імідж у політичній сфері існує як феномен масової свідомості незалежно від впровадження передвиборчих технологій, а іноді й попри них.

Політичний імідж – це складне та багатофакторне явище, специфіка якого пов'язана з особливостями політики як виду діяльності, її місцем у житті людей та характером діяльності політичного лідера чи організації. Роль ефективного політичного іміджу проявляється як у високому рівні популярності його носія, так і в можливостях впливу на громадську думку, у можливостях активного формування політичної діяльності держави та суспільства в цілому [4, с. 47].

У сучасних дослідженнях політичного іміджу можна виділити три основні напрямки: перший розкриває психологічні проблеми індивідуального іміджу політичного лідера, громадського діяча; другий – це образ політичних рухів, організацій, політичної системи та держави в цілому; третій розкриває зв'язок між ними.

У сучасній українській політології розроблено чотири підходи до визначення поняття «політичний імідж».

1. Онтологічний, представники якого розглядають політичний імідж як «образ» людини чи соціального інституту, що існує у свідомості мас. А.

Лавренко: «Імідж можна визначити як більш-менш адекватний образ людини реальному суб'єкту, який формується у свідомості мас на свідомому та підсвідомому рівні» [5, с. 63].

2. Антропологічний, у межах якого політичний імідж визначається як сукупність певних якостей, пов'язаних з рисами конкретної людини. Таке визначення знаходимо у О. Вознесенської: «Імідж політичного лідера... це сукупність певних характеристик, які люди асоціюють з конкретною індивідуальністю» [1, с. 15].

3. Ціннісно-орієнтований, прихильники якого зосереджуються на маніпулятивному характері політичного іміджу та вважають його цілеспрямовано створеним образом, за допомогою якого об'єкту надаються додаткові цінності. Д. Ольшанський: «...образ, що формується в масовій свідомості на основі існуючих знань та досвіду сприйняття візуальної інформації. Імідж створюється для того, щоб викликати бажані зміни в масовій свідомості та поведінці людей» [7, с. 48].

4. Етичний, представники якого переконані, що політичний імідж має певну моральну спрямованість, а тому вважається своєрідною «другою природою», за якою індивід оцінює себе, і яка, якщо проявляється регулярно, стає його сутністю.

П. Фролов у процесі теоретичного аналізу поняття «імідж» виявив, що цей термін може використовуватися щонайменше у двох основних значеннях. З одного боку, його можна розуміти як образ будь-якого об'єкта (політика, продукту, компанії), що сформувався та існує у свідомості певної групи людей. З іншого боку, цей термін часто використовується для позначення образу, який «конструюється», «створюється» з метою здійснення бажаних змін у свідомості та поведінці людей, здійснення певного політико-психологічного впливу на них [9, с. 16]. Як бачимо, наведені визначення характеризують різні сторони політичного іміджу.

Отже, загалом можна виділити три точки зору щодо природи виникнення політичного іміджу. Перша полягає в тому, що зображення може взагалі не

бути пов'язане з реальними характеристиками предмета, до якого воно належить. Згідно з другою думкою, імідж є певним відображенням сутності особистості. Прихильники третьої точки зору визнають подвійну детермінацію сутності образу: йдеться про його залежність як від реальності, так і від навмисного конструювання.

У сучасному світі, зокрема в Україні, все частіше використовуються різні технології для формування іміджу політичних суб'єктів, як окремих політичних, громадських чи державних діячів, так і органів державної влади та місцевого самоврядування, з метою досягнення певних стратегічних та тактичних цілей.

Основними суб'єктами формування політичного іміджу держави є її основні інститути влади: президент (адміністрація президента), законодавча гілка влади (парламент), виконавча гілка влади (уряд), судова гілка влади, політичні партії та органи місцевого самоврядування. Важливо зазначити, що вони не працюють безпосередньо над створенням власного позитивного іміджу, а радше те, що як їхній власний імідж, так і імідж держави в цілому залежать від їхньої діяльності, реалізації їхніх політичних програм та ступеня відповідності їхньої політики очікуванням громадськості. Крім того, засоби масової інформації, діяльність асоціацій та громадських рухів суттєво впливають на формування іміджу держави. Позитивний політичний імідж проявляється як у вигляді високого індексу популярності його носія, так і в можливості впливати на громадську думку, активно формуючи політичну діяльність держави та суспільства в цілому.

Як правило, імідж – це образ, створений навмисно (хоча він також може формуватися спонтанно). «Формування іміджу – це процедура, спрямована на створення у людей (в аудиторії іміджу) певного образу об'єкта (прототипу іміджу) з певною оцінкою цього образу у формі свідомої чи несвідомої думки про цей образ (прототип) з метою досягнення психологічного тяжіння уваги аудиторії іміджу до певного об'єкта» [5]. Формування політичного іміджу має кілька рівнів, а саме: створення бажаного образу політичного об'єкта серед

громадськості; створити у громадськості образ певної думки про певний об'єкт; Формування тяжіння: привернення уваги до даного об'єкта на основі позитивної думки про нього (або, як виняток, відторгнення, коли формується перевернутий образ конкурента) [3].

Виділимо основні фактори, що впливають на формування позитивного іміджу держави.

1. «Умовно-статичні» фактори формування іміджу держави: природно-ресурсний потенціал; національна та культурна спадщина; відносно незмінні геополітичні фактори (географічне положення, протяжність кордонів, площа поверхні території, вихід до морів); історичні події, що вплинули на розвиток держави, внесок видатних діячів, образ яких нерозривно пов'язаний з історією розвитку держави; основна форма правління та структура управління.

2. «Умовно-динамічні» соціологічні фактори: соціально-психологічні настрої в суспільстві; форми соціально-політичної інтеграції громадян; структура, характер та принципи діяльності соціально-політичних об'єднань; морально-ціннісні аспекти суспільного розвитку.

3. «Умовно-динамічні» інституційні фактори формування іміджу держави: економічна стабільність, яка оцінюється за допомогою комплексу показників динаміки ВВП, доходу на душу населення, обсягу інвестицій та фінансової безпеки бюджетів усіх рівнів; «правовий простір» держави та відповідність правових норм міжнародним стандартам; функції, повноваження та механізми державного регулювання різних сфер діяльності країни.

Г. Доулінг називає такі фактори формування іміджу держави: політична система; діяльність соціально-політичних лідерів; культура; новини; наукові досягнення; імідж бренду; експорт культурних цінностей; «зірки» та спортивні змагання; туристи та туристична реклама; експорт товарів та послуг; реклама товарів та послуг [10].

Одним із важливих функціональних завдань іміджу держави є формування в суспільстві розуміння того, що без держави та її основних

інститутів існування будь-якої країни неможливе. Держава – це політичний інститут, об'єктивно необхідний для існування суспільства в цілому.

Далі назовемо основні функції іміджу держави

- Функція ідентифікації. Ця комунікативна функція полегшує сприйняття громадськістю інформації про позитивні аспекти життя країни, оскільки масова свідомість підготовлена до сприйняття лише ключової інформації, яка визначає основні параметри конкретного об'єкта.
- Функція ідеалізації. Ця функція необхідна для гарантування найсприятливішого сприйняття іміджу країни шляхом проектування на громадськість тих характеристик, які найбільше сприяють певній цільовій аудиторії.
- Функція контрасту (створена з образу інших держав або минулого конкретної держави). Ця функція необхідна для підготовки ґрунту для створення позитивного іміджу держави на певному етапі її розвитку.
- Номінативна функція визначає (ізолює, диференціює) державу в даній геополітичній ситуації від інших держав, демонструючи її характеристики.
- Функція адреси. Ця функція, у відповідь на запити виборців, необхідна для того, щоб імідж держави відповідав очікуванням цільової аудиторії. [8].

Функціонально імідж держави має вирішувати важливі завдання [9].

Перше завдання полягає у формуванні позитивного (ефективного) іміджу держави та її структур, а також її ефективної діяльності в суспільстві. Це означає, що суспільство, засоби масової інформації та політичні лідери повинні дати чітку відповідь на питання про стан державного апарату та ступінь його функціональної готовності до виконання поточних політичних та адміністративних завдань. Іншими словами, суспільству та державі потрібні, окрім ЗМІ, спеціальні організації, які рішуче та професійно здійснюють формування та закріплення позитивного іміджу держави..

Друге завдання — популяризувати державну службу та державні інституції. У багатьох демократичних країнах до суспільної реклами ставляться з великою відповідальністю, вважаючи її невід'ємним елементом завдання забезпечення державного апарату необхідними людськими та фінансовими ресурсами..

Третє завдання — підвищити ступінь відкритості держави для суспільства та для рішень, які вона приймає в політичній, фінансовій та інформаційній сферах. Політичні та державні структури будь-якого рівня повинні систематично публікувати (а не приховувати) необхідну, повну та об'єктивну інформацію про фактичне виконання політичних планів з метою своєчасного прийняття політичних рішень. Таким чином, йдеться про цивільний контроль над політичною системою загалом та державою зокрема, що робить їх відкритими та зрозумілими для суспільства як інституції, що діють відповідно до свого функціонального призначення у спосіб, встановлений конституцією та законами.

У реальних соціально-політичних процесах такий контроль являє собою систему заходів, що забезпечують своєчасне виявлення негативних тенденцій у життєдіяльності (функціонуванні) певних організацій чи державних установ. Головним завданням цивільного контролю є збір інформації про виникаючі проблеми, своєчасне виявлення їх першопричин та необхідності реагування на них, а також передача цієї інформації органам влади, які, в силу свого функціонального призначення, зобов'язані приймати відповідні рішення. Суть громадянського контролю полягає в активній діяльності громадян (як через державні та політичні інститути, так і через громадські об'єднання - асоціації, комітети, рухи тощо), спрямованій на забезпечення того, щоб стан державних, політичних та соціальних інститутів, їх функціонування не суперечили законам та відповідали потребам та інтересам суспільства.

Четверте завдання полягає у забезпеченні політичної освіти громадян для здійснення ефективного цивільного контролю над державою. Крім того, ця освіта сприятиме якісному формуванню основних гілок влади під час виборів

та відфільтровуватиме популістські наміри різних сил, що беруть участь у боротьбі за владу. Основними завданнями політичної освіти є: надання об'єктивної інформації про фактори та взаємозв'язки політичних процесів; формувати політичну свідомість, здатність та готовність робити політичні оцінки; усвідомлювати власне становище в суспільстві та державі та захищати його; сприяти утвердженню фундаментальних цінностей вільного демократичного суспільства; сприяти розумінню сутності норм поведінки, встановлених у демократичному суспільстві, та створенню демократичного стилю поведінки.

П'ята функція політичного іміджу — це патріотичне виховання громадян, тобто повага до національних символів, історії країни, а також підтримка держави.

Позитивний імідж держави відіграє важливу інформаційно-освітню роль для її громадян і, перш за все, для молодого покоління. Від іміджу держави залежить рівень патріотизму громадян та їхній авторитет на міжнародній арені.

1.2. Роль медіа та дипломатії у формуванні іміджу

Медіа та дипломатія в умовах глобалізації трансформували геополітичні відносини та змінили ієрархічну систему прийняття рішень у зовнішній політиці, підкреслюючи конкуренцію між державами за можливість впливати на громадську думку. Інформаційна політика держави передбачає не лише поширення позитивної інформації про неї в міжнародному інформаційному просторі, а й інтеграцію політиків, структур державного управління, недержавних суб'єктів, відомих особистостей та лідерів думок у систему управління брендом національної політики держави. Водночас, використання платформ соціальних мереж у здійсненні дипломатичної діяльності призвело до того, що будь-який користувач соціальної мережі сьогодні є не лише споживачем інформації, а й безпосереднім її постачальником та

розповсюджувачем, тобто має можливість впливати на прийняття певних рішень на державному рівні та таким чином формувати імідж держави.

Зовнішня політика будь-якої держави дотримується певного алгоритму дій. Це передбачає взаємодію з міжнародною спільнотою для досягнення власних національних інтересів, а також поширення свого впливу на іноземну аудиторію. Вирішення проблем зовнішньої політики вимагає використання кількох потенційних ресурсів, таких як географічне розташування; економічні, військові, соціальні, туристичні та культурно-історичні можливості; тип політичної системи та індивідуальні характеристики політичних лідерів. Дослідник М. Леонард зазначає, що реалізація зовнішньої політики базується на показниках репутації держави на міжнародній арені (Leonard, 2002). Ефективне просування національних інтересів у міжнародному просторі передбачає формування іміджу, через який ідентифікується держава. Традиційна дипломатія також зазнала трансформації: нові комунікаційні технології дозволили вирішувати дипломатичні завдання по-іншому; Розширилося коло осіб, здатних реалізовувати зовнішню політику та міжнародну комунікацію, позиціонуючи державу на міжнародній арені.

Феномен «іміджу держави» у зовнішній політиці відомий з давніх часів, але в сучасних умовах він набуває стратегічного значення. Отже, вчені розглядають образ держави як сукупність уявлень, образів, символів та асоціацій про неї та її специфіку, що формуються в індивідуальній чи колективній уяві світової спільноти. Імідж стосується репутації або авторитету держави на міжнародній арені (Руднєва, Мальована, 2022). Таким чином, імідж – це унікальний спосіб впливу на формування громадської думки серед іноземної аудиторії крізь призму стереотипних уявлень про цю країну (Leonard, 2002), а певна державна інформаційна політика допомагає сформувати асоціативний ряд ідентифікаторів держави на міжнародній арені. Оскільки імідж є динамічним явищем, для його створення використовуються різні інформаційно-комунікаційні технології. Розвиток цифрових технологій породив абсолютно нові моделі взаємовідносин не лише між різними

соціальними групами та між громадянами та державними органами, але й призвів до еволюції нових форм геополітичних процесів. Розвиток Інтернету сприяв появі нових методів дипломатичного впливу в міжнародній спільноті, таких як інтернет-радіо та телебачення, дискусії між блогерами на соціальних платформах, поява особистих сторінок членів уряду та дипломатичних представників у соціальних мережах.

Вчені називають тип дипломатії, який використовує інформацію для досягнення своїх цілей, по-різному: «цифрова дипломатія», «електронна дипломатія», «віртуальна», «мережева дипломатія» та «Твіттер-дипломатія». На думку дослідника Н. Калла, цей вид дипломатичної діяльності слід називати «Публічна дипломатія 2.0», оскільки він має відмінні риси від традиційної «Дипломатії 1.0», зокрема використання технологій Web 2.0, які надають громадськості не лише можливість переглядати інформацію на офіційних веб-сайтах, а й оцінювати її, коментувати, самостійно створювати та публікувати контент у глобальній мережі Інтернет, впливаючи таким чином на рішення у сфері зовнішньої політики (Cull, 2013). Дослідник Ф. Ганс пропонує використовувати термін «електронна дипломатія», під технологіями він розуміє реалізацію дипломатії з використанням Інтернету та інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) для просування та здійснення тиску на зовнішньополітичні інтереси держави (eDiplomacy, 2010). Вчений А. Греч стверджує, що новий тип дипломатії, сформований інформаційною революцією, слід називати «Віртуальною дипломатією», оскільки вона здійснюється через комунікацію у віртуальних просторах. Відповідно, уряд США інтерпретує цей тип дипломатії як «змінену» дипломатію, яка передбачає використання соціальних платформ у дипломатичній практиці для сприяння комунікації між американськими дипломатами та світовою спільнотою на основі відкритості та прозорості (Friedman, 2005).

Отже, терміном медіадипломатія ми називаємо вид дипломатичної діяльності, який за допомогою сучасних комунікаційних засобів інформує широку світову аудиторію про позицію держави в міжнародних справах, її

ініціативи та рішення у зовнішній політиці. Також у ньому висвітлюються досягнення держави в таких галузях, як культура, наука, мистецтво та технології. Крім того, медіадипломатія використовує інформацію та соціальні мережі як міжнародні комунікаційні платформи для формування іміджу держави у світовій свідомості. 1 Медіадипломатію можна розглядати як форму спеціалізованої технології зв'язків з громадськістю, яка, з одного боку, збирає та обробляє інформацію, необхідну для прийняття рішень у сфері зовнішньої політики, а з іншого – забезпечує інформаційну підтримку іміджу держави як на національному, так і на міжнародному рівні.

Висновки до першого розділу

Перший розділ роботи присвячено теоретичним основам та складовим іміджу держави. У ньому розглядаються ключові концепції, визначення та підходи до розуміння іміджу, а також фактори, що впливають на його формування.

Аналіз різних точок зору на природу політичного іміджу дозволяє зробити висновок, що імідж – це складне явище, яке може формуватися як навмисно, так і спонтанно, і відображає як реальні характеристики об'єкта, так і створені про нього уявлення.

У розділі також висвітлено основні складові іміджу держави, фактори, що впливають на його формування, та функції, які він виконує.

Особлива увага приділяється ролі ЗМІ та дипломатії у формуванні іміджу держави в умовах глобалізації та розвитку інформаційних технологій, підкреслюючи важливість ефективної медіадипломатії у просуванні інтересів держави на міжнародній арені та формуванні позитивного іміджу.

РОЗДІЛ 2

ІМІДЖ УКРАЇНИ НА МІЖНАРОДНІЙ АРЕНІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ВИКЛИКИ

2.1 Формування іміджу незалежної України та вплив політико-економічних факторів

Наразі в Україні відбуваються великі політичні трансформації, які потребують наукового осмислення та зумовлені невідповідністю сформованої в 1990-х роках політичної системи та її демократичних інститутів (за формою) імперативам реального політичного процесу. У ході цих трансформацій випробовується не лише міцність політичних інститутів, традицій та норм функціонування політичної системи, що склалися в цей період, а й чинна Конституція України. Водночас відбуваються суттєві зміни з інститутом політичних партій, інститутом парламентаризму тощо, які охоплюють також сферу політичної культури та політичної поведінки еліт і масових верств суспільства.

Формування та розвиток позитивного іміджу України, що є важливою умовою соціальної стабільності всередині країни та успіху міжнародного співробітництва за кордоном, значною мірою залежить від того, як представлена політична модернізація держави, як описані процеси, що в ній відбуваються, та ступінь демократичності інформаційно-комунікаційних потоків.

Політична модернізація є важливим ресурсом для наповнення іміджу держави (внутрішнього та зовнішнього) позитивним змістом, оскільки вона містить як внутрішній, так і зовнішній зміст, звернений до міжнародної спільноти, в якій домінує нормативна ідея модернізації як процесу формування сучасної, ефективної та відкритої держави, здатної працювати в режимі діалогу із суспільством. Це означає, що в Україні домінує розуміння модернізації як

досягнення певних політичних параметрів розвитку, присутніх у західному світі.

Модернізація існуючих політичних інститутів та механізмів в Україні дозволить нам усунути бар'єри між державою та суспільством, а також забезпечити реальну участь громадян країни в політичному управлінні, оскільки діяльність громадянського суспільства є потужним ресурсом модернізації країни.

Суб'єктом продукування та поширення іміджу держави є політична еліта, яка робить це через телебачення, газети та журнали, а також в інтернет-просторі. Подальший розвиток політичної модернізації, рівень економічного зростання, ступінь довіри та підтримки уряду з боку населення залежать від образу, який формує еліта, як він передається в ЗМІ та як відображається у свідомості мас. Водночас, сама українська політична еліта гальмує процес створення позитивного іміджу України, оскільки не може досягти згоди щодо оцінок історичного минулого та бажаного майбутнього Української держави.

Для формування іміджу держави в сучасних умовах необхідна громадянська участь. Практика показала, що є громадяни та громадські організації, яким небайдужий імідж України. Однак їхня діяльність з формування іміджу держави була б ефективнішою, якби вони мали підтримку державних структур, що працюють у цій сфері.

В інформаційному суспільстві будь-яка значна політична реформа може бути успішною лише за наявності належного інформаційно-комунікаційного забезпечення, одним із завдань якого є переконання населення в необхідності вжиття владою певних заходів для впровадження змін. Тому шлях, який обрала Україна до політичної модернізації, має супроводжуватися системою заходів, спрямованих на формування позитивного сприйняття серед населення заходів та програм, що реалізуються державою. Основною причиною, що ускладнює процес формування позитивного іміджу України за кордоном, є незавершеність процесу демократизації, що відображається в нестабільності та непередбачуваності внутрішньої (політична криза) та зовнішньої (відмова від

вступу до НАТО, намір проводити політику нейтралітету) політики держави; Крім того, українська опозиція активно дискредитує імідж України.

Можна зробити висновок, що рівень розвитку демократичних інститутів відіграє провідну роль у системі умовних та динамічних характеристик іміджу держави, включаючи політико-правову систему та рівень економічного розвитку. Таким чином, основні інститути українського суспільства сьогодні оцінюються за критеріями, прийнятими у західному світі. Саме зниження рівня демократії в Україні ускладнює будь-які спроби покращити міжнародний імідж України як рівноправного партнера. Зростання значення демократичної складової, як у структурі національного, так і міжнародного політичного іміджу держави, дає підстави для виділення демократичного іміджу держави як самостійної наукової категорії.

Разом, без відповідальної демократії, практично неможливо створити позитивний імідж України в очах західної демократичної громадськості. Створення позитивного іміджу України є одним із найважливіших інструментів просування інтересів груп, які її представляють, у світовому політичному та економічному просторі. Населення України недостатньо поінформоване про діяльність державних органів влади. Низький рівень обізнаності громадськості є причиною слабого інтересу та байдужості до впроваджених політичних реформ. І тому формування позитивного внутрішнього іміджу України стає досить проблематичним.

Засоби масової інформації та комунікації (ЗМК) є одними з найважливіших інститутів в українському суспільстві, здатними змінювати стосунки між людьми та впливати на умови та спосіб життя. Водночас, за ринкових умов ЗМІ значною мірою втратили свої найважливіші функції, зокрема, освіту в інтересах держави та суспільства. Сучасні ЗМІ – це переважно бізнес, головна мета якого – отримання прибутку. За цих умов завдання держави полягає в максимізації корисної інформації та мінімізації шкідливої, що покращить імідж Української держави. Успіх його просування значною мірою залежить від інформаційної політики ЗМІ.

Інформація, поширена національними ЗМІ, використовується як джерело іноземними ЗМІ. Таким чином, внутрішній імідж держави, який формується, зокрема, через засоби масової інформації, впливає на її зовнішній імідж. У зв'язку з цим зростає відповідальність українських ЗМІ, які безпосередньо беруть участь у формуванні національного іміджу. Однак, необхідно визнати той факт, що українські ЗМІ загалом практично не дотримуються політики формування позитивного іміджу Української держави. Більшість стратегій розвитку національних медіа зосереджені на забезпеченні та функціонуванні ринкових та виборчих механізмів, де ЗМІ виступають основним засобом надання інформації, переважно шляхом маніпуляцій громадянами.

Дослідження образу України в інтерпретації іноземних ЗМІ (американських, європейських) показало переважання неприємного сприйняття української проблематики. Іноземні ЗМІ формують імідж України як країни з недемократичною та корумпованою державною системою, вказуючи на посилення тиску держави на громадянське суспільство та порушення прав людини. Висвітлено недоліки в політичному, економічному та соціально-культурному житті Української держави. У сфері зовнішньої політики акцент робиться на непередбачуваності та нестабільності України як міжнародного партнера. Наразі став поширеним стереотип Україна — корумпована країна з неефективним урядом, українська демократія не відповідає західним стандартам.

Тому важливим завданням інформаційної політики України має бути реалізація заходів, спрямованих на рішуче формування компетентних комунікативних інструментів, що супроводжують людину з дитинства, орієнтація їх на завдання підтримки виробництва знань, їх передачі інноваційному розвитку, створення та просування інноваційних ідей. Сучасні СМК можуть зробити значний внесок у формування позитивного іміджу України в суспільстві, що стимулює інновації та прогрес.

Тому імідж України – це не лише форма презентації держави у світовому інформаційному просторі, а й сигнал її громадянам про позитивні перспективи

розвитку країни. Позитивний імідж держави всередині України є гарантією стабільного та сталого внутрішнього розвитку, відсутності публічних конфліктів, гарантією підтримки населення. Таким чином, позитивний імідж держави здатний мобілізувати суспільство для вирішення проблем, пов'язаних з політичною модернізацією українського суспільства.

Україні потрібна цілеспрямована, послідовна та системна робота з оптимізації іміджу держави як усередині країни, так і на міжнародній арені. Це завдання слід вважати найважливішою складовою інформаційно-комунікаційного забезпечення політичної модернізації Української держави.

Покращення репутації України як всередині країни, так і в системі міжнародних відносин вимагає не лише економічного зростання та технологічного розвитку, а й реальної модернізації існуючої політичної системи. Водночас варто зазначити, що, якщо на формування позитивного сприйняття держави у світі значною мірою впливають результати демократичних перетворень, то всередині країни на нього переважно впливає рівень соціального самопочуття громадян.

2.2 Оцінка поточного іміджу України на основі міжнародних рейтингів

Актуальність порушеної теми ґрунтується на тому, що принципово нові та міждисциплінарні методи обміну інформацією та використання нових інструментів створюють нову якість впливу на масову свідомість. Переплетення інноваційних інтернет-технологій, технологічних винаходів разом із новою якістю обміну інформацією між локальними та глобальними мережами, що в сукупності призводить до продукту, який лише посилює значення культурних та інформаційних аспектів світової глобалізації. Інтенсивне використання країнами нових методів може бути використане для створення нових значень або зміни існуючого образу стану світу, або для

здійснення інформаційної атаки з метою дискредитації держави-супротивника (або групи держав).

Нагальною потребою для іміджу України є коригування існуючого образу та оновлення позитивного образу Української держави, сформованого на системі уявлень та образів, що закріплені в колективній українській свідомості та відповідають цілям національної та зовнішньої політики, що дозволить ідентифікувати Україну в міжнародному просторі в єдиному образі-ідеї, а також служитиме просуванню та реалізації національних інтересів.

Питання політичного іміджу цікавить науковців різних наукових шкіл, теорій та підходів, серед яких можна виділити фахівців із соціології, соціальної філософії, культурології, політології, тобто політичної культури та теорії соціальних технологій і теорії комунікації.

Одним із найпоширеніших підходів до вивчення іміджу країни є маркетинг, який пов'язаний з вивченням просування іміджу: елемента, сконструйованого для просування національних інтересів у контексті сучасних економічних та політичних процесів. Представники англо-американської школи: С. Ангольт, Ф. Котлер, Д. Хайдер, П. Чілтон, К. Дінні, В. Оллінз, Дж. Траут. Українська школа: І. Важеніна, В. Домінін, П. Слуцький, В. Тарнавський, М. Спірченко, О. Тюкаркіна, І. Черна, Н. Замятін. Українська: Е. Мамонтова, І. Колосовська, Д. Богуш, В. Кривошеїн, Т. Нагорняк, О. Соскін, О. Швець, Ю. Чайгородський.

У такому підході категорія «образ» тяжіє до категорій «асоціація», «картинка», «враження», отже, людина реагує на територію емоційно, а не раціонально (І-Фу Туань).

Створення міжнародного іміджу присвячують свої дослідження такі вітчизняні вчені: Л. Губерський, Б. Дем'яненко, В. Кармазін, Г. Лавриненко, О. Онопрієнко, Є. Тихомирова, Ю. Чала. Поточні теми досліджень включають моніторинг та інтерпретацію результатів міжнародних рейтингів і формулювання рекомендацій щодо моделей міжнародних відносин.

Серед відомих творців іміджу необхідно згадати представників національної школи: В. Іванова, М. Дорошка, Н. Качинську, В. Різуна, Г. Почепцова. Українська школа: В. Костіков, Д. Ольшанський, А. Ситников, В. Шепель. Зарубіжні вчені: Т. Белл, Р. Верслін, Д. Герген, Д. Діадорфф, Б. Інґем, Б. Інґем, М. Портер, Дж. Сегель та інші.

Сучасні держави, усвідомлюючи виклики процесів глобалізації, розуміють необхідність формування та просування позитивного міжнародного іміджу держави. Сьогодні імідж держави – це певне повідомлення, яке держава презентує про себе, згідно з яким стає можливим отримання інформації про рівень політичного та економічного суверенітету, інвестиційний клімат, туристичний, культурний та науковий потенціал. Імідж країни – це результат динамічного процесу, який потребує час від часу коригування, оскільки імідж також виступає фактором національної безпеки в інтересах народу, який може зазнати нищівної поразки в інформаційному протистоянні між державами.

Для міжнародного іміджу України точкою відліку є 24 серпня 1991 року, коли Верховна Рада ухвалила Закон про незалежність України. З того дня українська еліта мала думати про репутацію країни серед міжнародних партнерів. Як зазначала Т. Попова, до кінця 2013 року Україна сприймалася переважно як молода демократія в перехідному періоді, країна Помаранчевої революції, відомих спортсменів та красивих жінок, певних високотехнологічних секторів економіки, а також як неефективна та маловідома держава, осередок політичної нестабільності, корупції, неефективності уряду та невизначеного розвитку, поганий інвестиційний клімат. Заходи державної програми забезпечення позитивного міжнародного іміджу України на період 2003-2006 років та державної програми цілей формування позитивного міжнародного іміджу України на період до 2011 року не покращили ситуацію. На початку 2014 року для України відкрилося справжнє вікно можливостей. Кілька зовнішніх факторів, пов'язаних з російською агресією та бажанням цивілізованого світу допомогти, як ніколи

раніше сприяли відновленню позицій України у світі. З 2014 року Україна обрала «роль жертви», з якою її досі асоціюють в Західних країнах [1].

Інформаційна підтримка та просування іміджу в інформаційному просторі іноземних країн є необхідними, оскільки тональність іміджу може впливати як на загальний імідж країни, так і на її інвестиційний потенціал. У європейському новинному просторі BBC є одним із найпрестижніших видавництв. Якщо ми відкриємо коротку інформацію про Україну, то побачимо, крізь яку призму сприймається держава. Україна, очима читача BBC, це 1) країна, яка здобула незалежність після розпаду Радянського Союзу, 2) країна, яка змінює свій вектор розвитку з приходом кожного нового президента, іноді потрапляючи під вплив росії, іноді прагнучи інтеграції із Західною Європою, 3) політично нестабільна країна з тенденціями до масових протестів, 4) країна у стані гібридної війни. Стає зрозуміло, що про досягнення української нації відомо мало, і тому необхідно заявити про себе не лише як про країну перехідного періоду з численними проблемами [2].

Ще одним ресурсом для чудової історії про країну є результати міжнародних рейтингів, які показують економічні тенденції країни. Автор поставив собі за мету сформувати образ України в прозі міжнародних експертів у середовищі аудиторії у період між 2014 та 2018 роками.

Такі індексні показники, як Індекс глобалізації KOF, Індекс крихких держав, Індекс глобального миру та Індекс демократії EIU, дозволяють нам сформувати політичну складову міжнародного іміджу України.

Індекс глобалізації KOF – це комбінований індекс, вперше розроблений у 2002 році Швейцарським інститутом для визначення ступеня глобалізації країн світу з точки зору економічних, політичних та соціальних показників. Політична глобалізація стосується членства держави в міжнародних організаціях, участі в міжнародних місіях та кількості іноземних посольств. У 2014 році Україна посідала 39-те місце з 207 країн, а у 2018 році Україна втратила 5 позицій і опинилася на 44-му місці. Незважаючи на коливання

позицій через військові операції на сході, Україна має досить високий рівень політичної глобалізації та взаємодії з іноземними партнерами.

Завдяки Індексу недіючих держав можна оцінити здатність керівництва країни контролювати територіальну цілісність країни, оцінити демографічні, політичні та економічні показники. З 2014 року Україна покращила свою позицію, перемістившись з 80-го на 91-ше місце зі 178 можливих (країни розташовані в рейтингу в порядку спадання). Згідно з рейтингом, Україна характеризується як країна з низьким рівнем стабільності, що також загрожує безпеці європейських країн.

Глобальний індекс миру: Його вперше розрахували у 2007 році для ранжування країн за рівнем безпеки проживання. Індекс базується на 23 якісних та кількісних показниках, згрупованих у три основні групи: наявність та масштаби конфліктів (внутрішніх та міжнародних), рівень стабільності та безпеки всередині держави та рівень мілітаризації держави. У 2017 році Глобальний індекс миру включив Україну до десятки найнебезпечніших країн світу. У 2014 році Україна посідала 141 місце зі 162 можливих, а у 2018 році – 153-тє.

Індекс демократії EIU – це складений індекс, метою якого є вимірювання рівня демократії за допомогою 60 ключових показників, згрупованих у 5 основних категорій (виборчий процес та плюралізм, ефективність уряду, політична участь, політична культура та громадянські свободи). В остаточній класифікації держави класифікуються за такими типами режиму: повна демократія, неповна демократія, гібридний режим та авторитарний режим. З 2014 року Україна покращила свою позицію з 92-го до 84-го місця у 2018 році зі 167 можливих. Індекс демократії EIU характеризує українську демократію як «гібридний режим». Від категорії «неповна демократія» державу відділяють низькі бали за категорію «діяльність уряду»: лише 3,21. Середній бал за іншими показниками становить 6 балів.

Загалом, міжнародна аудиторія характеризує політичну складову іміджу України як гібридну демократію з низьким рівнем політичної стабільності.

Виділити економічні характеристики можна завдяки Індексу економічної свободи, Індексу глобальної конкурентоспроможності, Індексу глобальної конкурентоспроможності ІТ-індустрії, Глобальному індексу інновацій та Індексу ведення бізнесу.

Індекс економічної свободи – це комплексний показник, який оцінює рівень економічної свободи в країнах світу. Його публікує американський дослідницький центр The Heritage Foundation спільно з The Wall Street Journal. Рейтинг базується на 10 основних категоріях: права власності, відсутність корупції, фіскальна свобода, участь уряду, свобода бізнесу, свобода праці, монетарна свобода, свобода торгівлі, свобода інвестицій та фінансова свобода. З 2014 року спостерігаються коливання позицій у рейтингу. У 2014 році – 155-те місце, 2015–2017 роках – 166-те місце, у 2018 році – 150-те місце зі 180 можливих. Середній отриманий бал становить 46, що характеризує Україну як державу з невільною економікою.

Індекс глобальної конкурентоспроможності – це глобальне дослідження країн світу на основі економічної конкурентоспроможності, згідно з даними Всесвітнього економічного форуму. Всесвітній економічний форум визначає національну конкурентоспроможність як здатність країни та її інституцій гарантувати стабільні темпи економічного зростання. З 2014 року Україна погіршила свою позицію, опустившись з 76-го на 85-те місце у 2018 році зі 144 розглянутих країн. У дослідженні наголошується, що Україна має нерозвинені інституції, нестабільну фінансову систему та макроекономічні показники. У рейтингу Україна посідає 110-те місце за рівнем державних інституцій, 57-ме за розвитком інфраструктури та 70-те за рівнем адаптації сучасних технологій. Макроекономічна стабільність: 131-е місце, охорона здоров'я: 94-е місце, освіта: 46-е місце, ринок товарів: 73-є місце, ринок праці: 66-е місце, фінансова система: 117-е місце, розмір ринку: 47-е місце, динаміка бізнесу: 86-е місце, інноваційний потенціал: 58-е місце.

Глобальний індекс інновацій – це індекс інновацій, що складається з 80 різних змінних, які детально описують інноваційний розвиток країн світу на

різних рівнях економічного розвитку. Автори (Міжнародна бізнес-школа INSEAD, Корнельський університет та Всесвітня організація інтелектуальної власності (BOIB)) дослідження вважають, що успіх економіки пов'язаний як з наявністю інноваційного потенціалу, так і з умовами для його реалізації. Отже, індекс розраховується як зважена сума оцінок двох груп показників: наявних ресурсів та умов для інновацій, а також практичних результатів, досягнутих завдяки інноваціям. У 2014 році Україна посіла 63-тє місце зі 143 існуючих країн. За 5 років вона піднялася на 20 позицій і у 2018 році посідала 43-тє місце. Поряд з такими країнами, як Китай, Індія, Грузія, Таїланд та іншими, вона входить до групи «нових новаторів». Україна посідає перше місце у світі за кількістю корисних патентів, п'яте – за кількістю зареєстрованих торгових марок, та сьоме – за промисловими зразками. Це показники на одиницю ВВП. Також наголошується, що державні інституції є найслабшим місцем України.

Індекс ведення бізнесу – це дослідження країн світу, яке базується на їхній здатності створювати сприятливі умови для ведення бізнесу. Розраховано за методологією Світового банку. У 2014 році Україна посіла 112-тє місце зі 190 країн. У 2018 році країна піднялася на 41 позицію та посідає 71 місце. У дослідженні зазначається, що покращення позицій відбулося завдяки покращенню захисту міноритарних акціонерів, спрощенню отримання дозволів на будівництво завдяки збільшенню внесків до міських соціальних фондів, а також розвитку інженерної та транспортної інфраструктури. Крім того, спостерігалися покращення в міжнародній торгівлі. Також було зафіксовано незначне покращення показника реєстрації власності. Згідно зі звітом, такі показники, як система сплати податків, реєстрація бізнесу, доступ до електроенергії, доступ до кредитів та врегулювання неплатоспроможності, стримують розвиток, і рейтинг за цими критеріями погіршився.

Підсумовуючи, економічна складова міжнародного іміджу дещо краща за політичну, хоча деякі оцінки свідчать про те, що українська економіка «не є вільною». Однак спостерігається покращення умов для розвитку малого та середнього підприємництва, розвивається інноваційний потенціал країни.

Міжнародні рейтинги серед факторів, що стримують розвиток, називають погано розвинені державні інституції, нестабільну фінансову систему та макроекономічні показники.

Важливим сегментом іміджу держави є соціальна складова. Він характеризує ступінь розвитку суспільства, надає інформацію про якість життя суспільства та рівень дотримання прав людини.

Індекс розвитку людського потенціалу – це показник, що розраховується експертами Програми розвитку Організації Об'єднаних Націй, який характеризує розвиток людського потенціалу в країнах та регіонах світу. Рейтинг базується на трьох основних показниках: індексі тривалості життя, індексі освіти та індексі валового національного доходу. З 2014 по 2018 рік принципових змін у позиціях України в рейтингу не відбулося. У 2014 році Україна посідала 83-тє місце зі 185 країн, а у 2018 році – 88-ме. Це говорить про те, що загальний показник України становить 0,743, що нижче за показник для країн Західної Європи. Отже, Україна відповідає критерію «країна із середнім рівнем розвитку людського потенціалу».

Індекс щасливої планети – це показник, створений для того, щоб показати відносну ефективність використання країнами економічного зростання та природних ресурсів. Індекс оцінює тривалість життя, добробут, нерівність серед людей у країні та стан навколишнього середовища, щоб визначити країни, які здатні забезпечити своїм мешканцям найдовше та найщасливіше життя. Згідно з індексом, за останні 5 років ситуація в Україні погіршилася, опустившись зі 100-го місця (2014) на 138-ме (2018) зі 151 можливих.

Індекс процвітання Legatum – це складний показник, який вимірює досягнення країн світу з точки зору їхнього добробуту та процвітання. Рейтинг кожної країни визначається шляхом визначення середньозважених значень показників, кожен з яких визначено як основу процвітання: економіка, підприємництво, управління, освіта, охорона здоров'я, безпека, особисті свободи, соціальний капітал, екологія. У 2014 році Україна посідала 99-те місце, а у 2018 році – 111-те зі 142 країн. Найвищі бали Україна отримала в

галузі освіти: 48. Рівень особистої свободи оцінили у 95 балів (зі 149 можливих). Найгірші показники у сферах особистої безпеки (149 балів) та охорони здоров'я (135 балів), соціального капіталу (115 балів).

Соціальний сегмент міжнародного іміджу, на основі вибраних індексів, характеризується середнім розвитком людського потенціалу, з високим рівнем у сфері освіти, але з низькими показниками у сферах особистої безпеки, особистої свободи та охорони здоров'я.

Індекс конкурентоспроможності подорожей та туризму – це показник, створений для вимірювання конкурентоспроможності країн у сфері подорожей та туризму. Загальний індекс складається з 3 компонентів: відкритість держави, бізнес-середовище та інфраструктура, людські, культурні та природні ресурси. У 2014 році Україна посідала 84-те місце, у період з 2015 по 2016 рік Україна не була включена до рейтингу через брак даних, а з 2017 по 2018 рік Україна посідала 88-ме місце зі 148 країн рейтингу. Через військові операції на сході країни Україна, згідно з рейтингом, увійшла до 10/10 найнебезпечніших країн для туристів, поряд з такими країнами, як Єгипет, Кенія, Колумбія, Пакистан та Нігерія. Україна посідає 71-ше місце за туристичними послугами, 98-ме місце в галузі екології, 79-те та 81-ше місця відповідно за повітряною інфраструктурою та наземною/портовою інфраструктурою. Культурна спадщина та історичні пам'ятки України: 51-ше місце.

Brands Finance Nation Brands: рейтинг країн світу за вартістю національних брендів. У звіті зазначаються переваги, які може забезпечити сильний національний бренд, а також економічна шкода, яку можуть завдати глобальні події чи неефективне управління брендом. Під час розрахунку рейтингу враховується вартість бренду в грошовому вираженні, стабільність та потенціал національних брендів, а також демографічні та політичні показники, туристична привабливість та динаміка економічного зростання. У 2014 році Україна посіла 53-тє місце зі ста оцінених країн і увійшла до 10 країн з найбільшим падінням вартості бренду (найгірший показник). Вартість національного бренду зменшилася на 37% і склала 80 мільярдів доларів. Однак

у 2016 році Україна стала однією з 5 країн (59-те місце), які покращили свій національний бренд, а його вартість зросла на 39%. У 2018 році Україна посідала 60-те місце. Як зазначається у міжнародному рейтингу, український національний бренд, попри військову агресію РФ, стабілізує свої позиції в міжнародному середовищі, але найбільшим розривом є політична та економічна нестабільність.

В епоху постінформаційного суспільства імідж держави може стати інструментом впливу на суспільну свідомість, метою якого було б просування національних інтересів за межами власних кордонів. Українські меседжі, за якими стежить міжнародна аудиторія, потребують радикальних коригувань та змін. Маються на увазі такі меседжі: «28 років перманентних змін політичного вектора розвитку, а також міжнародного іміджу України», «Україна як центр політичної нестабільності», «Україна – країна неефективних державних інституцій», «Україна – небезпечна країна для туристів», «Україна – країна з поганою економікою». Інші ж меседжі, навпаки, потребують популяризації: «Україна – інноваційна країна», «Україна – місце для розвитку малого та середнього бізнесу», «Україна – країна високоосвіченого населення», «Україна – країна висококваліфікованих працівників».

Необхідно підтримувати імідж держави, існує чітка кореляція, що тон інформаційного забезпечення впливає на загальний імідж держави, як наслідок, це впливає на інвестиційний клімат. Моніторинг іміджу держави, його аналіз та впровадження нових ефективних заходів мають стати пріоритетом для державних органів влади. Як неодноразово зазначалося в міжнародних рейтингах, найслабшим місцем України є її державні інституції, і саме з покращення іміджу цих інституцій має розпочатися новий розділ в історії міжнародного іміджу України.

2.3 Кризи іміджу України, зокрема пов'язані з війною та внутрішніми проблемами

З 24 лютого 2022 року Україна перебуває у стані війни та переживає найскладніший період в історії. Незважаючи на різноманітність економічних, політичних, соціальних та інших проблем, наша країна заручилася величезною міжнародною підтримкою. Протягом понад року Україна отримує рекордну військову, фінансову та гуманітарну допомогу.

Міжнародна політична підтримка має велике значення для України в умовах воєнного стану. Країни-союзники, міжнародні організації та громадськість відіграють важливу роль у визначенні позицій та допомозі Україні в цей складний період. Адже від цієї підтримки залежить як результат самої війни, так і майбутнє України в контексті міжнародних відносин.

Відомий вітчизняний вчений С. Віднянський (2022) зазначає, що російсько-українська війна 2014–2022 років продемонстрували неефективність міжнародних організацій та інституцій, зокрема ООН та ОБСЄ, які мали запобігти цій війні та не змогли цього зробити, а тому, безсумнівно, потребуватимуть глибокої реформи та оновлення миротворчої діяльності відповідно до нових загроз і викликів глобального світу, який трансформується на наших очах (Віднянський, 2022, с. 17).

Варто зазначити, що з 2014 року по теперішній час російсько-українська війна стала випробуванням для міжнародних організацій та інституцій, зокрема ООН та ОБСЄ, які, як встановлено, не змогли ефективно запобігти конфлікту. На мою думку, це підкреслює необхідність глибокої реформи та оновлення миротворчих операцій для реагування на нові загрози та виклики у світі, що швидко змінюється. Ми бачимо, що саме ці міжнародні організації мають обмежені можливості та засоби для втручання в суверенні конфлікти між країнами. Вони діють на основі принципу добровільних дій держав-членів та прагнуть досягти консенсусу між різними сторонами.

Однак лише після масштабного вторгнення росії в Україну виявилися деякі недоліки та обмеження в роботі цих міжнародних організацій. Для забезпечення більш ефективної реакції на нові загрози та виклики стало необхідним впровадження реформ, спрямованих на підвищення ефективності, прозорості та координації її діяльності. Наприклад, це може включати посилення механізмів санкцій, розширення мандатів миротворчих операцій, покращення моніторингу та звітності, а також залучення додаткових ресурсів і технічної експертизи.

Крім того, слід посилити співпрацю між міжнародними організаціями, регіональними блоками та країнами-учасницями для забезпечення ефективнішого вирішення конфліктів та запобігання їх поширенню. Координація та спільні дії можуть включати обмін інформацією, взаємну підтримку в миротворчих операціях, спільне реагування на порушення міжнародного права та санкційні заходи. Варто зазначити, що особливо важливо зосередитися на превентивних заходах та розвитку діалогу між країнами. Дипломатію, посередництво та спільні зусилля для побудови мирного та стабільного світу слід активніше розвивати та підтримувати на всіх рівнях.

Як зазначає Кривонос Р. (2012), метою створення міжнародних організацій є те, щоб вони могли очікувати від кожної держави-учасниці готовності діяти активно відповідно до рішень своїх керівних органів, замість того, щоб щоразу вимагати такої активності від окремих країн та мотивувати своїх членів окремо. Це дозволяє швидко планувати та впроваджувати складні та багатогранні заходи для досягнення спільних цілей держав-членів, чого неможливо досягти простою координацією політики окремих країн чи іншими засобами (Кривонос, 2012, с. 27).

Я вважаю, що процес реформ має бути орієнтований на потреби сучасного світу, враховуючи нові загрози та виклики, що стоять перед світовою спільнотою, адже нещодавні події в Україні стали справжнім викликом для міжнародної спільноти.

У квітні 2021 року Європейський парламент неодноразово прагнув застосувати відповідні санкції проти росії та зазначив, що якщо нарощування військ у майбутньому перетвориться на вторгнення РФ в Україну, ЄС має чітко вказати, що ціна за це порушення міжнародного права та норм буде суворою. Європейський парламент наполягає на тому, що за цих обставин імпорт нафти та газу з росії до ЄС має бути негайно припинений, росія має бути виключена з платіжної системи SWIFT, а всі активи олігархів, близьких до російської влади, та їхніх сімей у ЄС мають бути заморожені, а їхні візи анульовані (пропонує резолюцію Європейський парламент, 2021).

Як зазначає видання «Українська правда», запроваджені санкції були спрямовані на дестабілізацію економіки РФ, але вона продемонструвала відносну стабільність. Цьому сприяли високі світові ціни на нафту, наявність національних фінансових резервів, а також розвиток торговельно-економічного партнерства з низкою азійських країн, що дозволило уникнути фінансового колапсу у 2022 році. Хоча масових соціальних протестів у росії наразі не очікується, економічні труднощі, спричинені тиском санкцій, лише набирають обертів.

Україна, у свою чергу, бореться за європейські цінності та стандарти, мораль та демократію. Тому всі пам'ятають, що знаменною датою під час війни була подія, яка відбулася 28 лютого 2022 року, коли наша країна офіційно подала до Брюсселя заявку на вступ до Європейського Союзу. Однак лише 17 червня 2022 року Україна отримала статус кандидата до ЄС. Але насправді все виявилось не так однозначно. Протягом певного періоду часу країна повинна виконати певні умови, після чого інші 27 держав-членів повинні узгодити їх та прийняти остаточне рішення.

Водночас, це слід розглядати не лише як важливу подію, а й як свідомий та стратегічно обґрунтований крок для України. У зв'язку з цим виникає логічне питання: чому Україна досі не стала членом Європейського Союзу? Причини цього численні та складні, але в цьому дослідженні буде зроблено спробу визначити основні з них та надати їм належне обґрунтування.

Перш за все, це довгостроковий процес інтеграції. А вступ до ЄС – це саме складний процес, який вимагає дотримання низки критеріїв та умов. Україна, як країна-кандидат, має пройти низку реформ, щоб відповідати політичним, економічним, правовим та іншим стандартам ЄС.

По-друге, стан реформ. Хоча Україна впроваджує реформи для наближення до європейських стандартів, ці процеси виявляються складними та потребують більшої систематизації та узгодженості. Досягнуто прогресу в таких сферах, як боротьба з корупцією, судова система та децентралізація, але є питання, які все ще потребують уваги.

По-третє, геополітична ситуація. Окрім внутрішніх реформ, інтеграція України до ЄС також залежить від зовнішньополітичної ситуації та відносин з іншими країнами. Конфлікт на сході України та анексія Криму створили значні виклики для її європейської інтеграції у 2014 році, а 2022 рік лише загострив ці проблеми.

По-четверте, внутрішні фактори. До початку масштабного вторгнення РФ в Україну деякі партії мали різні погляди на шлях розвитку країни та її відносини з ЄС. Однак сьогодні питання європейської інтеграції вже мають різні точки зору на теми внутрішньополітичних дискусій.

Варто зазначити, що, хоча Україна ще не є членом ЄС, вона підтримує Угоду про асоціацію з Європейським Союзом. Цей документ передбачає глибоку та повну інтеграцію України з ЄС у різних сферах, включаючи торгівлю, економіку, права людини, юстицію та інші. Іншими словами, ми бачимо, що Угода про асоціацію є важливим кроком на шляху України до європейської інтеграції та сприяє зближенню стандартів і норм ЄС з українськими.

Крім того, у 2017 році Україна отримала безвізовий режим з ЄС, що спростило пересування громадян між країнами та сприяло поглибленню культурного обміну. Встановлено, що основною формою зовнішньої політики залишається дипломатія, яка так чи інакше визначає напрямки руху країни у досягненні її цілей і завдань. На мою думку, характерною рисою успішних,

компетентних та перспективних дипломатичних відносин є політична активність Президента України Володимира Зеленського, який обіймає найвищу посаду держави вже чотири роки. Станом на 24 лютого 2022 року, незважаючи на війну, він продовжував активну зовнішньополітичну діяльність та зміцнював дипломатичні відносини з лідерами інших країн.

Так, 1 березня 2022 року Президент України Володимир Зеленський під час відеовиступу перед Європейським парламентом у Страсбурзі закликав Європейський Союз надати Україні всебічну підтримку та розглянути можливість її повноправного членства. Промова президента України була сприйнята схвально: депутати Європарламенту висловили солідарність, оплескуючи стоячи та демонструючи українські національні прапори (Зеленський у Європейському парламенті, 2022).

Протягом своєї каденції Володимир Зеленський неодноразово брав участь у міжнародних самітах та форумах, таких як Нормандська четвірка, Генеральна Асамблея ООН та НАТО, а сьогодні активно підтримує тісні відносини з країнами-партнерами, зокрема з Європейським Союзом, США, Канадою тощо. Їхні зусилля спрямовані не лише на надання допомоги, а й на розширення торговельно-економічних та культурних зв'язків, а також на спільну реалізацію проектів та ініціатив. Глава держави використовує будь-яку можливість для спілкування зі світовими лідерами та просування позиції України на міжнародній арені.

Так, за версією авторитетного американського журналу Time (Зеленський знову на обкладинці, 2022), Володимира Зеленського було визнано «Людиною року 2022». Тобто, це свідчить про те, що його діяльність позитивно сприяє поглибленню взаєморозуміння, обговоренню спільних питань та розвитку двосторонніх відносин з міжнародними партнерами, які глава української держави мав з численними світовими лідерами, зокрема, з президентами США, Франції, Німеччини, Великої Британії, Туреччини, Польщі та інших країн.

У багатьох своїх працях український політолог та аналітик міжнародних конфліктів Г. Перепелиця (2018) переважно досліджує зовнішню політику

України. У 2018 році він сказав: давайте підемо воювати. Якщо подивитися на те, як розвивається міжнародний конфлікт, то сьогодні ми бачимо не лише українську кризу. І міжнародна криза у відносинах росії із Заходом або у відносинах Заходу з росією. А перша фаза такої міжнародної кризи – це дипломатична війна з розривом дипломатичних відносин та переходом до політико-військової фази, коли Збройні Сили починають використовуватися прямо чи опосередковано (Перепелиця, 2018).

Наприклад, інша дослідниця, Г. Федорова (2022), досліджує у своїй роботі роль дипломатії під час воєнного стану та вказує на те, що дипломатія має вирішальне значення як до, так і після конфлікту. Зв'язок з корисністю сучасної дипломатії очевидний. Дипломатія 21-го століття, яка працює над запобіганням конфліктам, намагається підготуватися до них, якщо вони неминучі, або має справу з їх наслідками, може бути ефективним інструментом національної безпеки, якщо вона належним чином фінансується, здійснюється добре навченими та відданими своїй справі людьми, які зосереджуються на чітких цілях, поставлених національними лідерами, та підтримується ефективною військовою силою. Це дипломатія майбутнього (Федорова, 2022, с. 15).

Варто зазначити, що дипломатичні відносини – це складний процес, і їх оцінка може залежати від кількох факторів, таких як геополітичні інтереси, економічні зв'язки та внутрішня політика країн-партнерів.

Крім того, на мою думку, важливу роль відіграє імідж країни, оскільки було виявлено, що не лише зовнішнє сприйняття, а й внутрішні переконання та цінності відображаються в діях конкретної держави та її лідерів.

Слід зазначити, що імідж України відіграє ключову роль на міжнародній арені, яка залежить від багатьох факторів, зокрема:

- 1) демократія та реформи. Україна, як незалежна держава, активно працює над зміцненням демократичних інституцій та проведенням економічних і політичних реформ. Це може сприйматися як позитивний елемент у міжнародних відносинах та впливати на імідж країни;

2) геополітична ситуація. Україна розташована поруч з ЄС, що надає їй значного стратегічного значення в контексті міжнародних відносин та геополітичних процесів.

3) реформи та боротьба з корупцією. Протягом багатьох років наша країна досягає значного прогресу у впровадженні реформ та боротьбі з корупцією, але це може виявитися довгостроковим процесом;

4) гуманітарна допомога та миротворчі операції. До війни Україна брала участь у гуманітарних місіях та миротворчих операціях під егідою ООН та інших міжнародних організацій. Це також може сприяти позитивному сприйняттю країни та впливати на її імідж як миролюбної нації.

Необхідно враховувати, що імідж країни – це складний і багатовекторний процес. Я вважаю, що політичні відносини між країнами залежать не тільки від іміджу держави, а й від рівня довіри до її лідера та його політичного, а також особистого іміджу.

Загалом, імідж Володимира Зеленського на міжнародній арені може коливатися від позитивного сприйняття як інноваційного лідера, який бореться за реформи та зміни, до сумнівів та критики з боку політичних опонентів щодо його здатності вирішувати складні проблеми країни. Крім того, імідж президента може також залежати від сприйняття конкретних політичних рішень та його комунікації з іноземними партнерами та громадськістю.

Я вважаю, що для підтримки позитивного іміджу у світі важливо продовжувати роботу над реформами, залучати іноземні інвестиції, розвивати міжнародне співробітництво та активно спілкуватися з представниками міжнародної спільноти. Крім того, прозорість, повага до прав людини та розвиток демократичних процесів є важливими аспектами для підтримки позитивного іміджу України у світі.

Однак у 2022 році, оголосивши «часткову мобілізацію», країна-агресор погрожувала Україні та всьому світу ядерною зброєю, яку РФ привела у стан підвищеної бойової готовності в перші дні повномасштабного вторгнення (Ядерна загроза, 2022).

За словами Н. Кінаша (2022), сьогодні ми стикаємося з найсерйознішими викликами міжнародній безпеці: агресивними війнами, насильством, можливістю застосування ядерної, радіологічної, хімічної та біологічної зброї, а також тероризмом. Ці міжнародні загрози виходять за межі національних кордонів, взаємопов'язані та повинні вирішуватися на всіх рівнях: міжнародному, міжрегіональному та національному. Зусилля будь-якої держави щодо забезпечення односторонньої безпеки в боротьбі з цими загрозами приречені на провал, оскільки лише колективні зусилля всіх учасників міжнародного політичного процесу здатні їх нейтралізувати. Саме тому сьогодні, як ніколи раніше, у світі зростає визнання необхідності розширеної концепції міжнародної безпеки та суттєвої та функціональної реформи структур міжнародної безпеки (Кінаш, 2022, с. 564).

Слід зазначити, що саме зараз Україна потребує особливої міжнародної фінансової, гуманітарної, економічної, політичної та військової допомоги, а також експертної та авторитетної підтримки з боку різних країн та організацій у всіх напрямках. Якщо говорити про фінансову допомогу, то це може бути надання позик, субсидій та інвестицій. Було зазначено, що це також може включати підтримку економічних реформ, інфраструктурних проектів, розвиток таких секторів, як сільське господарство та енергетика, та підтримку бюджету країни.

Окрім фінансової підтримки, країни надають гуманітарну допомогу, зокрема у вигляді медичного обладнання, ліків, гуманітарних товарів, продуктів харчування та логістичної допомоги потерпілим. Технічна допомога надається у формі консультаційних послуг, обміну досвідом та навчання, надання технологій та експертної підтримки в різних секторах, таких як управління, освіта, охорона здоров'я, енергетика тощо. Ми бачимо, що склалася певна закономірність між вищезазначеним та аспектами формування політичної культури суспільства та демократичних цінностей.

Наприклад, США, Велика Британія, Європейський Союз, Туреччина, Польща та інші країни надають Україні велику допомогу в усіх сферах,

зокрема: після початку війни Польща стала дуже важливим партнером і довела, що є справжнім другом України. Поляки були першою країною, яка оголосила про готовність постачати Україні важкі танки для деокупації всіх захоплених територій. В результаті до Києва було передано понад 200 танків радянського зразка та 14 танків західного зразка. Варшава також зробила все можливе, щоб вітати українських біженців на своїй території. Під час війни понад 1,5 мільйона громадян України знайшли притулок у Польщі, для яких польський уряд спростив низку процедур для комфортного життя. Британський народ і уряд стали головними союзниками України в Європі у постачанні військової техніки. За допомогою британської зброї наша армія звільняла і продовжує звільняти окуповані території. Британські інструктори продовжують навчати українських військовослужбовців та допомагають їм проводити операції... (Боротьба за свободу, 2023).

Також слід пам'ятати, що Сполучені Штати є лідером за всіма критеріями підтримки України, як економічно, фінансово, так і військово. Лідерам США вдалося об'єднати країни НАТО для довгострокової допомоги українській армії, яка продовжує боротьбу за свободу своєї країни. Зокрема, українська армія отримала від Штатів базову зброю, таку як РСЗВ HIMARS, броньовані машини M2 Bradley, танки Abrams та системи ППО Patriot (Боротьба за свободу, 2023)

Чітко встановлено, що міжнародна допомога відіграє важливу роль у підтримці України, особливо у воєнні часи. Але, на мою думку, державі все ж потрібно вжити низку заходів для зміцнення свого іміджу, зокрема:

- 1) розробити потужну інформаційну стратегію для надання точної, об'єктивної та вичерпної інформації про російське військове вторгнення та його наслідки. У цій інформаційній війні фактів і неправди важливо постійно демонструвати світовій спільноті реальну картину того, що насправді відбувається в Україні, включаючи злочини окупаційної армії, скоєні проти мирного українського населення;

2) зміцнити дипломатичні відносини для залучення держав-союзників та міжнародних організацій до підтримки України, проведення спільних заходів, переговорів та дипломатичних місій для забезпечення припинення агресії;

3) запровадити міжнародну програму «Гуманітарна допомога» для постраждалого населення від російських окупантів й залучитися активною підтримкою міжнародних гуманітарних організацій та донорів. Це сприятиме не лише поліпшенню гуманітарної ситуації, але й покращенню іміджу України, яка показує свою готовність забезпечити допомогу своїм громадянам;

4) підвищувати політичну культуру та політичну обізнаність суспільства шляхом проведення міжнародних форумів та конференцій на міжнародному рівні. Це ще більше приверне увагу світової спільноти до проблем України та підвищить рівень її підтримки. Дійсно, забезпечення чіткої та послідовної комунікації з міжнародними партнерами, ЗМІ та громадськістю дозволить повною мірою поширювати послання миру, правди та справедливості, а також підвищить обізнаність світової спільноти про ситуацію в Україні;

5) зміцнити демократичні цінності та свободи.

Отже, в результаті дослідження ми дійшли висновку, що дипломатичні відносини та імідж країни відіграють важливу роль у підтримці суверенітету та територіальної цілісності України під час російсько-української війни. Власне, саме завдяки цим глобальним складовим активно підтримується діалог з лідерами країн-членів Європейського Союзу та інших міжнародних організацій щодо надання Україні міжнародної підтримки у військовій, економічній, політичній, фінансовій та гуманітарній сферах, забезпечення безпеки громадян та відновлення інфраструктури територій, що постраждали від бойових дій.

Було показано, що рівень підтримки з боку міжнародних партнерів залежить як від іміджу країни, так і від її політичного лідера, який через дипломатичні відносини відстоює інтереси України на міжнародній арені.

Висновки до другого розділу

У другому розділі висвітлюється поглиблений аналіз формування, трансформації та сучасного стану іміджу України на міжнародній арені, а також визначення основних політико-економічних факторів, що визначають його характер. Проведене дослідження показало, що імідж України – це складний та багатовимірний конструкт, який формується під впливом як внутрішніх змін у державі, так і зовнішньополітичних викликів.

Перш за все, встановлено, що початковий етап формування образу незалежної України після 1991 року був затьмарений нестабільністю політичної системи, непослідовністю зовнішньополітичного курсу та численними економічними кризами. Ці обставини призвели до формування у світі іміджу України як держави з хронічною політичною нестабільністю, корупцією та слабкими інституціями. Протягом десятиліть цей імідж перешкоджав активному інвестуванню, розвитку міжнародних партнерств та створював загальну недовіру до країни.

По-друге, аналіз міжнародних рейтингів та індексів репутації показав, що, хоча Україна поступово покращує свої позиції, зокрема щодо відкритості, інновацій та рівня освіти населення, водночас серйозними проблемами залишаються низький рівень довіри до інституцій, високий рівень корупції, неефективність судової системи та відсутність стабільної правової бази. Україна часто постає в міжнародному новинному просторі як держава, що перебуває у стані «вічного транзиту», тобто нездатна остаточно закріпити демократичні перетворення та інституційну стабільність.

Третій важливий аспект полягає в тому, що з початком масштабної війни проти РФ у 2022 році образ України зазнав радикальної трансформації. В умовах героїчного опору, масової консолідації суспільства та підтримки з боку міжнародної спільноти сформувався новий образ України як держави, що бореться за свободу, демократію та європейські цінності. Українська держава вийшла на перший план міжнародного порядку денного, отримавши

безпрецедентну увагу та співчуття з боку іноземних урядів, ЗМІ та громадянського суспільства. Це суттєво змінило сприйняття України у світі, перетворивши її з країни «на периферії» міжнародної політики на один із символів боротьби за свободу у 21 столітті.

Водночас, навіть за умови зростання підтримки, країна стикається з кількома інформаційними викликами, зокрема, дезінформаційними кампаніями з боку росії, спробами дискредитації української влади та сумнівами щодо ефективності використання міжнародної допомоги. У цьому контексті особливого значення набуває активна робота ЗМІ, дипломатії та державного сектору з просування позитивного іміджу України, наративу про її здатність до реформ, стійкість та відкритість до світу.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМКИ ІМІДЖЕВОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ

3.1 Основні напрямки іміджевої політики України

Слід зазначити, що імідж є одним із найважливіших політичних інструментів, який дозволяє зареєструвати конкурентні переваги держави на міжнародній арені, презентувати її стратегічні пріоритети, підтримувати модернізаційну, реформаторську та економічну діяльність уряду, створювати сприятливий інвестиційний клімат у країні та вирішувати конкретні зовнішньополітичні завдання [1, с. 43]. Стратегія будь-якої сучасної держави повинна включати формування іміджевої складової державного управління та країни в цілому. Тому імідж держави сприймається як складна система, основою якої є організація державних структур та їх взаємозв'язки, а також суттєві принципи політичної діяльності. Загальними характеристиками іміджу держави є: соціальна мета політичного іміджу; його зміст; конкретні привілеї, права та повноваження, пов'язані з іміджем держави; характер взаємовідносин з іншими інституціями, включаючи політичні, економічні, соціальні, військові тощо. Тут, як міру успіху країни, можна навести ефективність створеного іміджу: як характеристики іміджу впливають на політичний клімат країни, соціальні, економічні та культурні складові суспільного життя та, звичайно, на міжнародні відносини з іншими країнами.

Узагальнення досліджуваного питання дозволяє стверджувати, що образ держави – це сукупність раціональних та інтуїтивних уявлень, яким бракує суттєвого розуміння. Ці ідеї переважно базуються на образах, наративах, метафорах чи символах, які представляють лише частину держави або її функціонування. Масова свідомість здатна реєструвати такі масштабні публічні прояви репутації держави, як: імідж політики (захист національних інтересів

держави, образ держави в ЗМІ, ступінь визнання держави як легітимного представника); обороноздатність та комунікаційна стратегія Збройних Сил, державна інформаційна політика та національна безпека; імідж політичного режиму (розвиток демократії та гарантування прав громадян, правовий захист населення території, прозорість виборчих процесів, легітимність політичних інститутів); візуальне зображення економічного розвитку, показники фінансової стабільності (включаючи стабільність національної валюти), візуальне враження про інвестиційний клімат та візуальне враження про потенціал (з точки зору комфорту, можливостей розвитку, екологічних умов, престижу освіти, діапазону роботи та потенціалу зростання); візуальне зображення інвестиційного клімату держави, соціально-культурний портрет держави та окремої особи, а також ідентичність (автентичність та сучасність, місцеві традиції, що відрізняють місцевість від інших місць) [2, с. 78]. Отже, існують складові іміджу держави, які є пріоритетними для зовнішнього та внутрішнього просування. До перших належать природні ресурси, лідерство, міжнародне визнання та участь у міжурядових організаціях, суспільна історія та експортні бренди; у другому: менталітет, цінності та ідеї, успіх реформ, соціальний захист населення, соціальна історія.

Ми погоджуємося, що сприйняття держави суспільством формується за допомогою інструментів стратегічної комунікації та відповідних (явних та прихованих) векторів внутрішньої політики, тоді як особистісний рівень репутації держави формується через колективну свідомість. Метою просування позитивної публічної репутації держави є, як правило, створення іміджу держави та бажаного попиту в конкретних регіонах країни для конкретних цільових груп та на конкретному ринку світової економіки. Тобто, Україну можуть розглядати люди різних професій, наукові установи чи культурні організації з різних країн з різними акцентами, але її однозначно слід вважати надійним партнером та перспективним ринком для співпраці.

Сьогодні головною інституцією, залученою до процесу формування іміджу України, є Міністерство закордонних справ (МЗС) країни. Очевидно, що

це впливає, перш за все, з функцій та обов'язків, традиційно пов'язаних із зовнішньополітичним відомством держави. Як наслідок, чинне Положення про Міністерство закордонних справ України серед пріоритетних завдань включає «сприяння входу країни у світовий інформаційний простір, підвищення її міжнародного авторитету та створення позитивної репутації держави як надійного та передбачуваного партнера» [3].

Для покращення іміджу країни уряд України останніми роками ініціював низку реформ. Метою цих реформ є вдосконалення національної та міжнародної політики країни, правової системи та сприяння економічному розвитку держави. Однак, оскільки політична спільнота України була ідеологічно розділена щодо стратегії реформ країни та напрямку зовнішньої політики, міжнародна спільнота не визнала справжнього потенціалу країни з точки зору національного розвитку [4, с. 501]. На мою думку, сьогодні, під час формування свого іміджу, Україна використовує динамічний підхід, пов'язаний з виникненням соціально-політичних змін (зовнішніх та внутрішніх). Крім того, для досягнення нових цілей щодо міжнародного іміджу держави, їх необхідно часто переглядати та модифікувати, особливо щодо військових, економічних, соціальних, політичних, технологічних, інформаційних та демографічних аспектів. Процедура покращення позитивного іміджу держави має бути підкріплена ініціативами різного масштабу та ступеня спрямованості, а також репутацією держави. Репутація держави є одним із активів, пов'язаних з її іміджем: це динамічний та важкозмінний компонент, своєрідна оцінка держави на основі довгострокових зв'язків з певними групами інтересів, власного досвіду, достовірної інформації або фактичної точності [5, с. 79]. Іншими словами, репутація держави – це сукупність переваг, гарантій та можливостей, що дозволяють певним групам людей досягати своїх цілей у межах держави. Однак, слід визнати, що в стратегічних документах України немає спільної зацікавленості у використанні промоційних інструментів для підвищення позитивної репутації держави. Зокрема, у Стратегії національної безпеки України бракує інструментів для захисту та просування національних інтересів

держави через стратегічні комунікації або публічну дипломатію, які вважаються надзвичайно важливими [6].

Водночас, імідж України на міжнародній арені залежить від багатьох факторів, які визначаються такими складовими:

1. демократія та реформи. Україна, як незалежна держава, активно працює над зміцненням демократичних інститутів та проведенням економічних та політичних реформ. Це може сприйматися як позитивний елемент у міжнародних відносинах та впливати на імідж країни;

2. геополітичне положення. Передусім, Україна розташована поряд з ЄС, що надає їй важливе стратегічне значення в контексті міжнародних відносин та геополітичних процесів;

3. реформи та боротьба з корупцією. Протягом багатьох років наша країна здійснює значні кроки у впровадженні реформ та боротьбі з корупцією, проте це може виявитися довготривалим процесом;

4. гуманітарна допомога та миротворчі операції. До війни Україна брала участь у гуманітарних місіях та миротворчих операціях під егідою ООН та інших міжнародних організацій. Це також може сприяти позитивному сприйняттю країни та впливати на її імідж як миролюбної нації [7, с. 90].

Існує думка, що іміджева політика сучасної України в цих умовах вимагає, наскільки це можливо, щоб керівництво держави забезпечувало її ефективність у найкоротші терміни, виконуючи певні функції та завдання. Головним завданням, яке має вирішити Україна на шляху до професійного формування іміджу держави на міжнародній арені, є створення державного механізму розробки та реалізації іміджевої політики, а також державної системи моніторингу виконання завдань для підвищення рівня ефективності останньої. Необхідною умовою створення такого державного механізму є, перш за все, підвищення рівня зацікавленості державних органів у проблемі, що має бути реалізовано через розробку та прийняття відповідної нормативно-правової бази, через належний рівень фінансування галузі та створення державного механізму швидкого реагування на проблеми ситуаційної картини [8, с. 66].

Крім того, я вважаю, що нинішні суперечки щодо іміджу України є не лише політичними, а й пов'язані з безпекою країни, економічним розвитком та демократичною еволюцією. Міжнародний авторитет країни ґрунтується на бажанні іноземних інвесторів брати в ній участь, виході українських товарів, технологій та послуг на світовий ринок, а також загальному враженні про країну та її громадян. На практику зовнішньополітичних та економічних відносин з міжнародною спільнотою, а також на ефективне забезпечення внутрішньополітичних процесів в Україні негативно впливають масштабне військове вторгнення, здійснене РФ, обмеження законодавства, корупція, нерівномірний розподіл власності, переслідування влади, відокремлення влади від населення, декларативний характер демократичних принципів.

Сьогодні висвітлення військових подій в Україні в міжнародних ЗМІ має вирішальне значення для формування глобального сприйняття країни та формування її іміджу. Міжнародні ЗМІ виступають посередниками, ретельно відбираючи та фільтруючи інформацію перед тим, як представити її громадськості, впливаючи таким чином на сприйняття таких подій, як війна в Україні. Крім того, думки та аналіз експертів щодо конфлікту в Україні мають значний вплив на формування громадської думки та міжнародного іміджу країни. Спосіб висвітлення цих подій може суттєво відрізнитися залежно від точок зору та термінології, що використовуються різними ЗМІ, що додатково впливає на те, як події, що відбуваються в Україні, розуміються та інтерпретуються у світовому масштабі. Очевидно, що різні інструменти формування іміджу, висвітлення в ЗМІ та коментарі експертів відіграють ключову роль у формуванні міжнародного іміджу України в контексті конфлікту.

Водночас науковці наголошують, що проблеми, з якими стикається Україна у вирішенні цих питань, є досить серйозними та масштабними. Перш за все, відзначимо відсутність концептуальної бази, зокрема у вигляді офіційних документів, що визначають зміст іміджу України. З іншого боку, процеси демократизації призвели до руйнування апарату зовнішньополітичної

пропаганди. У державній інформаційній політиці Української держави проблема іміджу країни на міжнародній арені виявилася відсунутою на периферію [8, с. 83]. Крім того, слід погодитися з думкою науковців, що «в умовах невизначеності регуляторні механізми формування публічного іміджу держави стають неефективними через свою негнучкість та формальність. Під умовами невизначеності конкретно для України у вищезазначеному контексті я маю на увазі об'єктивні фактори впливу, такі як пандемія, зміна векторів світової економіки та російсько-українська війна, а також суб'єктивні: відсутність єдності серед українців щодо свого майбутнього, розгубленість малого та середнього бізнесу, інституційний провал держави, втрата населенням країни відчуття правової та соціально-економічної безпеки» [5, с. 82].

Я підтримуємо тезу про те, що підвищення авторитету країни серед міжнародної спільноти та власного населення, її презентація зовнішньому світу має починатися зі створення портрета України та розробки його критеріїв, зокрема: впевненість у собі як поштовх до реалізації внутрішньої політики та визначення зовнішньої та інформаційної стратегії та стратегії національної політики; толерантність та співпраця як аспект міжнародного становища України; було встановлено демократію, справжні права та привілеї для людини та громадянина; політична стабільність, безпека, відкритість та узгодженість; економічна незалежність та життєздатність; історична, культурна, природна, традиційна та історична унікальність; рівень інвестиційної привабливості [9, с. 323].

Також важливо виділити безпрецедентну колективну згоду демократичних держав світу щодо агресії їхнього східного колеги: прикладом цього є надання військової, гуманітарної, фінансової, інформаційної, культурної та духовної допомоги як показники формування нової спільноти інформаційних людей. Прикладом цього є надання військової, гуманітарної, фінансової, інформаційної, культурної та духовної допомоги як показників нової спільноти людей, що ґрунтується на володінні низкою інформації.

Основою цієї допомоги є створений імідж України як демократичної, вільної та відкритої держави. Зокрема, це не просто суперечка між двома країнами, а суперечка щодо цінностей демократії, свободи та інформації на противагу деспотизму, авторитаризму, тиранії, прагненню до тотального контролю, придушенню прав людини та іміджу міжнародного права на противагу насильницькому втручанню та кричущому порушенню національної території.

Виходячи з вищесказаного, сьогодні актуальним є використання різних інструментів для формування іміджу країни. Лише системне та широке залучення широкого кола різноманітних суб'єктів до формування та коригування іміджевої політики може забезпечити формування позитивного іміджу держави (та його коригування) в очах світової спільноти та населення країни, що, у свою чергу, сприятиме внутрішній консолідації сил, легітимізації влади, активізації взаємодії між державою та інститутами громадянського суспільства. На рівні зовнішньої політики необхідно активізувати співпрацю з іншими країнами та недержавними суб'єктами світової політики, сприяти зміцненню позицій держави в міжнародних рейтингах, залученню інвестицій та політичних партнерів і, як наслідок, сталому розвитку суспільства. Крім того, такі фактори, як мова, національний характер, сприйняття інформації громадянами, темпи та напрямки зовнішньої політики відіграють ключову роль у формуванні стратегій, спрямованих на покращення міжнародного іміджу країни. Беручи до уваги ці багатогранні фактори та розробляючи політику, що відповідає національним цінностям і прагненням, український уряд повинен працювати над створенням позитивного та автентичного іміджу України для міжнародної спільноти, тим самим зміцнюючи її авторитет на міжнародній арені.

Тому іміджева політика держави – це сфера діяльності, яка потребує системного підходу, збалансованого та рішучого рішення. Його ефективність та результативність полягають, перш за все, у спільному використанні визначеного набору інструментів, ресурсів та методів. Водночас варто пам'ятати, що помилки у формуванні іміджевої політики держави можуть

швидко обернутися суттєвими негативними наслідками для національної безпеки, тому органи державного управління повинні приймати обґрунтовані рішення, щоб якісно та ефективно впливати на формування позитивного іміджу України у світі. Однак, слід розуміти, що побудова позитивної репутації держави, створення сприятливого клімату для інвестицій та вирішення стратегічних і довгострокових питань зовнішньої політики є основними цілями стратегічних комунікацій. Звісно, сьогодні, коли Україна перебуває у стані війни, створити імідж держави складніше, оскільки це вимагає більш скоординованих дій уряду щодо формування та реалізації іміджевої політики України та стратегічного плану, здатного покращити імідж нашої країни у світовій спільноті. Досягнення та реалізація всіх запланованих цілей іміджу повинні здійснюватися за допомогою стратегічно спланованого набору інструментів.

3.2 Стратегії покращення іміджу України через реформи та міжнародні ініціативи

Важливим напрямком покращення міжнародного іміджу України є продовження судової реформи, яка має низку переваг та характеризується проблемами. Зокрема, пропонується внести зміни до конкурсу з відбору особового складу до Корпусу цивільної гвардії, який, на думку експертів та аналітиків, є суб'єктивним. Характер суб'єктивності зумовлений тим, що конкурс не включає жодних специфічних психологічних тестів чи оцінок. Зокрема, така важлива характеристика кандидатів, як доброчесність, оцінюється на основі даних про репутацію з відкритих джерел, опублікованих в Інтернеті (ЗМІ, соціальні мережі, профіль кандидата, представлений у різних публічних джерелах) [28].

Крім того, після зазначеного вивчення профілів кандидатів, представлених у відкритому доступі в мережі Інтернет, члени комісії вивчають офіційну інформацію, зібрану щодо зазначених осіб у рамках роботи

антикорупційних органів України, аналізують дані, надані державним сектором (зокрема, про можливу підтримку кандидатів, початок розгляду їхніх кандидатур як перспективних блогерами, аналітиками, відомими громадськими діячами тощо). Отже, необхідно виключити суб'єктивність із попередньої оцінки рівня доброчесності кандидатів та, що ще важливіше, їхньої мотивації отримати роботу в Міському корпусі правосуддя. З цією метою кандидатів можуть попросити пройти спеціальний попередній онлайн-тест, результати якого доповнять дані з їхніх профілів, отримані членами комітету з відкритого доступу. В рамках зазначеної перевірки можуть виникнути сумніви щодо попередніх результатів та проблем у роботі ВККС, а також щодо ефективності її функціонування. Беручи до уваги вищезазначене, члени комітету зможуть встановити характер мотивації кандидатів, визначити їхній рівень знань про роботу ВККСУ, проблеми та перспективи у зазначеній сфері.

Ще одним актуальним напрямком покращення міжнародного іміджу України може бути створення нової незалежної моделі взаємовідносин на рівні антикорупційних органів та державних установ у країні. Вирішення цих питань необхідне для забезпечення контролю над усіма інституціями управління, компаніями, що становлять суспільний інтерес (включаючи державні підприємства), та взаємодії з міжнародними партнерами. Ця взаємодія може впливати на контроль використання міжнародними організаціями коштів, бюджетів країн, необхідних для вирішення проблем у сфері оборони, фінансування соціального сектору, на заходи щодо відновлення державної інфраструктури після війни) [14]. Створення незалежної моделі взаємовідносин на рівні антикорупційних органів та органів влади країни може бути побудоване, на нашу думку, в рамках нормативно-правового забезпечення юридичної відповідальності за будь-який вид тиску, що здійснюється владою та її представниками на антикорупційні органи. Ця ініціатива сприятиме міжнародній підтримці та зміцненню співпраці на різних рівнях.

Третім напрямком покращення міжнародного іміджу України може бути підвищення рівня інформаційної відкритості щодо: суспільно важливих

процесів, подій, операцій, пов'язаних з використанням коштів державного бюджету різних рівнів, місцевих бюджетів, коштів міжнародних організацій, коштів бюджетів інших країн у рамках певних програм підтримки України під час війни та у повоєнний період; дані про підприємства; інформація про операції з певними видами ресурсів, що підлягають контролю (зокрема, з деревиною). Важливість забезпечення відкритості даних демонструється прикладами міжнародних скандалів, пов'язаних з порушеннями екологічного законодавства (у сфері використання несертифікованої деревини). Як показують дані спільного проєкту USAID/UK та Міністерства цифрової трансформації, відсутність прозорості інформації про транзакції та їх незаконний характер впливають на виникнення: економічних збитків, міжнародних скандалів, що призводить до втрати репутації вітчизняних виробників та зниження міжнародного іміджу держави. У рамках цієї взаємодії показано негативні наслідки незаконного експорту деревини [33].

Можемо спостерігати, що вирішення проблеми підвищення прозорості також впливає на процедуру організації процесів державних закупівель. Зокрема, всі учасники відповідних ринків повинні мати доступ до участі в тендерах на державні закупівлі, не повинні використовуватися дискримінаційні заходи та має бути усунена можливість корупції на рівні учасників угод. Забезпечення цієї можливості повинно постійно оцінюватися відповідними органами нагляду за участю представників громадськості. Підвищення прозорості у сфері державних закупівель сприятиме підвищенню рівня довіри міжнародних партнерів, які надають фінансові ресурси для гарантування закупівлі товарів, необхідних для армії, соціального забезпечення, роботи муніципальних органів тощо.

Четвертим напрямком у плані покращення іміджу України в міжнародному просторі може бути встановлення та реалізація стратегічних заходів, пов'язаних із застосуванням інклюзії та соціальної орієнтації при реконструкції об'єктів житлової та соціальної інфраструктури, зруйнованих у

повоєнний період, та створенням можливості використання відновлюваних джерел енергії.

Встановлено, що до війни алгоритм будівництва об'єктів житлової та соціальної інфраструктури передбачав наступний механізм, зокрема: вибір територій забудовниками, проходження дозвільних процедур; будівництво об'єктів та їх введення в експлуатацію; продаж об'єктів або їх передача замовнику у разі попередньої оплати тощо. Такий підхід не враховував інтереси місцевих громад, що призводило до відсутності необхідної інфраструктури. Окремо варто виділити будівництво панельних будинків, будинків без бомбосховищ та будинків, не обладнаних для потреб людей з особливими потребами. Зазначені споруди не можуть витримувати сучасних викликів, пов'язаних з війною, та загроз, які можуть виникнути в майбутньому. Відповідно, необхідно:

- планування об'єктів житлової та соціальної інфраструктури на територіях з урахуванням досвіду воєнного періоду в Україні;
- громадське обговорення структури та типу об'єктів житлової та соціальної інфраструктури на територіях на етапах планування для гарантування прав та інтересів різних категорій громадян;
- орієнтуватись на можливі виклики та зарози, що можуть виникнути на певних територіях (це вимагає участі спеціалістів у відповідних галузях).
- Врахування можливості використання відновлюваних джерел енергії при будівництві нової житлової та соціальної інфраструктури дозволить:
- підвищити рівень охорони навколишнього середовища під час експлуатації будівель та споруд різних категорій. Цього буде досягнуто шляхом зменшення рівня спалювання традиційних викопних природних ресурсів (або повної відмови від їх використання) (зокрема, вугілля);
- забезпечення виробництва та використання «зеленої» енергії у разі перебоїв у постачанні традиційних джерел енергії та створення автономних систем опалення в межах житлових будинків. До відновлюваних джерел енергії

належать використання: сонячної енергії; енергія вітру; енергія, вироблена з біомаси тощо;

- отримати підтримку міжнародних екологічних організацій шляхом використання принципів екологічно орієнтованого політичного управління під час планування нової житлової та соціальної інфраструктури на територіях;
- підвищити рейтинг сталого розвитку країни в цілому, виходячи з показників екологічної складової. Це забезпечить підтримку на рівні інших країн та міжнародних організацій, які фінансують певні проекти у сфері сталого розвитку (в тому числі у сфері міського розвитку).

3.3 Роль громадянського суспільства, медіа та міжнародної співпраці у вдосконаленні іміджевої політики

Формування позитивного міжнародного іміджу держави – це складний та багаторівневий процес, у якому беруть участь не лише державні органи влади, а й широкий спектр недержавних суб'єктів. У сучасних умовах демократичного суспільства особливого значення набуває триєдність впливів: громадянське суспільство, засоби масової інформації та міжнародна співпраця. Саме ці фактори можуть не лише покращити іміджеву політику, але й гарантувати її сталість, легітимність та довіру як внутрішню, так і зовні.

Громадянське суспільство – це сукупність соціальних інститутів та ініціатив, що діють автономно від держави та покликані виражати, захищати та реалізовувати інтереси громадян. У контексті іміджевої політики саме громадські організації, волонтерські об'єднання, правозахисники, митці, науковці, студентські рухи та незалежні експерти часто стають основними носіями іміджу країни за її межами.

Українське громадянське суспільство набуло особливої ролі після Революції Гідності (2013-2014), яка стала поворотним моментом у розвитку національної ідентичності та утвердженні демократичних цінностей. Активізація волонтерського руху, масштабна гуманітарна допомога від армії,

реформи, ініційовані громадськими організаціями, а також адвокаційна діяльність українських активістів у західних країнах, суттєво вплинули на зміну іміджу України, яка з периферійної пострадянської держави перетворилася на борця за свободу та права людини (Інститут масової інформації, 2023).

Після початку масштабної російської агресії у 2022 році громадські ініціативи стали ядром інформаційного опору. Такі організації, як «Повернися живим», «Фонд Сергія Притули», мережі волонтерів діаспори та міжнародні правозахисні групи доклали значних зусиль для формування правдивого наративу про Україну в усьому світі. Саме завдяки його діяльності збільшилася міжнародна допомога, а також співчуття до українців як нації, яка бореться за свободу та гідність.

Як зазначає українська дослідниця Т. Нагорняк, «громадянське суспільство виступає ключовим елементом публічної дипломатії, демонструючи світові реальну соціальну динаміку всередині країни» [Нагорняк Т., 2019].

У 21 столітті ЗМІ перестали бути виключно передавачами новин. Вони перетворилися на активних учасників репутаційної політики та взаємодії. Через телевізійні канали, онлайн-ЗМІ, соціальні мережі, блоги та стрімінгові платформи формується глобальна обізнаність про імідж держав.

Україна, як держава в стані гібридної війни, особливо залежить від інформаційного середовища. РФ проводить багаторівневу дезінформаційну кампанію проти України через такі платформи, як RT та Sputnik, а також «ферми тролів» у соціальних мережах. Контрзаходом стала активна медіастратегія українських журналістів, незалежних ЗМІ та проектів цифрової дипломатії.

Зокрема, ініціативи United24 Media, UkraineWorld, Euromaidan Press та The Kyiv Independent стали джерелом достовірної інформації англійською мовою про війну, українську культуру та реформи. Згідно з дослідженням Центру стратегічних комунікацій Ради національної безпеки і оборони України, засоби масової інформації стали основою для створення позитивного

глобального іміджу України як країни, що бореться за свободу, демократію та цивілізаційний вибір (Центр стратегічних комунікацій, 2023).

Водночас, особливу роль відіграють соціальні мережі. Президент Володимир Зеленський став першим світовим лідером, який систематично використовував Instagram, Twitter та YouTube для спілкування із західною аудиторією. Його дзвінки, якими поділилися мільйони користувачів, стали прикладом нової публічної дипломатії: дипломатії в реальному часі (Cull, N. J., 2020).

Іміджева політика будь-якої держави значною мірою залежить від ефективності її зовнішніх контактів. З 2014 року Україна значно активізувала свою присутність у системі міжнародних відносин, що стало основою для переосмислення її іміджу.

Міжнародна підтримка України після 24 лютого 2022 року є безпрецедентною за своїми масштабами. Більшість європейських країн, США, Канада, Японія, Австралія, а також інституції ЄС, НАТО, МВФ та ООН зробили заяви про солідарність, запровадили санкції проти агресора та надали Україні економічну, гуманітарну та військову допомогу. Такий рівень довіри до Української держави є результатом системної дипломатичної роботи, а також ефективної інформаційної підтримки міжнародних ініціатив.

Окрім урядового рівня, активно діє також шлях «другої дипломатії»: міжнародні освітні, культурні та наукові обміни, співпраця між університетами, стипендіальні програми та співпраця між муніципалітетами. Вони створюють живу тканину довіри в українцях як європейській спільноті, яка розвиває партнерські відносини на основі цінностей.

Українська діаспора, яка налічує понад 10 мільйонів осіб у всьому світі, також активно бере участь у формуванні іміджу держави. Саме завдяки їхній діяльності в багатьох країнах відзначаються Дні України, культурні фестивалі, виставки та демонстрації підтримки. Як зазначав Г. Почепцов, «діаспора – це м'яка сила, яка працює на імідж держави, де немає посольств» [Почепцов Г., 2012].

Висновки до третього розділу

У третьому розділі було детально проаналізовано сучасні підходи до реалізації іміджевої політики України, визначено основні стратегічні напрями її вдосконалення, а також розглянуто ключову роль громадянського суспільства, медіа та міжнародної співпраці у формуванні позитивного образу держави на міжнародній арені.

Передусім, встановлено, що іміджева політика України перебуває в процесі динамічного становлення. В умовах повномасштабної війни з РФ імідж країни трансформувався від сприйняття як пострадянської, корумпованої та політично нестабільної держави до образу нації-борця, яка героїчно відстоює свої цінності, демократію та суверенітет. Цей трансформаційний процес став можливим завдяки стратегічній зовнішній комунікації, активізації дипломатичних каналів, інформаційній мобілізації медіа та небаченій активності громадянського суспільства.

Проаналізовані напрямки іміджевої політики свідчать про її багатовекторність. З одного боку, це використання традиційних дипломатичних інструментів, з іншого — інноваційних форм «м'якої сили», таких як культурна дипломатія, цифрова дипломатія, а також публічна дипломатія через міжнародні гуманітарні ініціативи. Особливо важливою є комунікаційна стратегія, яка базується на відкритості, прозорості, емоційному резонансі та постійній присутності в глобальному інформаційному просторі.

Україна активно використовує реформи як засіб іміджевого просування. Судова, антикорупційна, адміністративна, енергетична та цифрова трансформації, хоч і не без труднощів, є важливими сигналами для міжнародної спільноти щодо прагнення країни до модернізації та інтеграції в європейську спільноту. Ці реформи також формують підґрунтя для позитивного сприйняття України як прогнозованого, відповідального та прозорого партнера.

Значна увага в розділі приділена ролі громадянського суспільства. Саме активність українських громадських організацій, волонтерів, експертного

середовища та ініціативних груп створює нову якість комунікації між державою та світом. Їхні зусилля у висвітленні правди про війну, зборі допомоги, міжнародному адвокаційстві та організації глобальних подій зміцнюють довіру до України як демократичної держави з сильним народом.

Не менш важливою є роль медіа — як національних, так і зарубіжних. Висвітлення подій в Україні через призму героїзму, солідарності, боротьби за свободу сформувало потужний емоційний наратив, що позитивно вплинув на сприйняття України у світі. Крім того, урядові ініціативи у сфері інформаційної безпеки та стратегічних комунікацій посилили стійкість до дезінформації.

У розділі також висвітлюється важливість міжнародної співпраці, зокрема через участь у міжнародних платформах, проєктах культурної дипломатії, наукових обмінах та діяльність української діаспори. Саме завдяки цим чинникам формується комплексна мережа підтримки іміджу України навіть у тих регіонах, де традиційна дипломатія обмежена.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Імідж як стратегічний ресурс для держави. Сучасне розуміння іміджу держави вказує на його багатовимірність: він охоплює політичну, економічну, соціальну, культурну та інформаційну складові. Імідж є одночасно внутрішнім відображенням ефективності державних інституцій та зовнішнім показником привабливості держави в очах міжнародної спільноти. Для України, яка перебуває у стані війни та трансформації, іміджева політика має статус питання національної безпеки.

ЗМІ, дипломатія та цифрові технології є ключовими каналами формування іміджу. У роботі демонструється, що розвиток інформаційних технологій та цифрової дипломатії суттєво змінив методи комунікації між державою та світом. Соціальні мережі стали потужним інструментом впливу на сприйняття України за кордоном. Водночас, національні ЗМІ часто нехтують цілеспрямованою іміджевою політикою, зосереджуючись на комерційних та політичних інтересах.

Фактори, що впливають на імідж України, є умовно статичними та динамічними водночас. Перші включають географічне розташування, історію та культуру, тоді як другі – політичну стабільність, економічні показники, інституційну ефективність та рівень демократії та прав людини. Усі ці елементи визначають, як сприймається Україна в міжнародних рейтингах та у ЗМІ.

Інформаційні атаки з росії є викликом для іміджевої політики. Агресія росії супроводжується масштабними дезінформаційними кампаніями, на які Україна змушена відповідати інформацією, мобілізуючи дипломатію, культурні ініціативи, громадянське суспільство та міжнародну підтримку.

Міжнародний імідж України є суперечливим. Аналіз міжнародних рейтингів показує, що Україна демонструє прогрес у сферах демократії, бізнесу та інновацій, але водночас вона характеризується як держава з нестабільною

політичною системою, корупцією та загрозами безпеці. Ці оцінки впливають на готовність інвесторів, туристів та партнерів працювати з Україною.

Громадянське суспільство відіграє в цьому фундаментальну роль. Сильне, активне та незалежне громадянське суспільство сприяє підвищенню рівня політичної культури, формує довіру до держави зсередини та є ефективним союзником у просуванні іміджу України за кордоном.

Тепер перейдемо до рекомендації:

1. Створення єдиної стратегії іміджевої політики. Необхідно розробити довгострокову цілісну стратегію на державному рівні для формування позитивного іміджу України. Він має охоплювати політичні, економічні, гуманітарні, інформаційні та безпекові аспекти, а також передбачати взаємодію між усіма державними та недержавними суб'єктами

2. Інституціоналізація іміджевої політики. Доцільно створити спеціалізований орган (або розширити повноваження існуючого), відповідальний за координацію зовнішніх інформаційних кампаній, публічної дипломатії, іміджевих проектів та комунікацій з міжнародною аудиторією.

3. Посилення державної інформаційної політики. ЗМІ повинні не лише інформувати, а й сприяти формуванню позитивного іміджу країни. Варто забезпечити підтримку соціально важливих медіаініціатив та стимулювати виробництво контенту про досягнення України, її культуру, науку та економіку.

4. Модернізація дипломатії – це відданість цифровим технологіям. Варто розробити «Публічну дипломатію 2.0», зосереджену на соціальних мережах, креативному контенті та інтерактивних платформах для комунікації зі світовою громадськістю. Це не лише допоможе реагувати на фейкові новини, але й сформує незалежний та захопливий наратив про Україну.

5. Розвиток політичної культури населення. Необхідно забезпечити систематичну політичну освіту громадян, починаючи зі школи, з метою підвищення рівня залученості до суспільно-політичного життя, критичного мислення та відповідального ставлення до держави.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вознесенська О. Вплив зовнішності кандидатів у депутати на електоральну поведінку виборців // Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина української держави: Матеріали Другої всеукр. конф., 13 – 14 листопада 1997 р. - К., 1997.
2. Зущик Ю. Ідеологічний тип лексикону політичного лідера в структурі політичної психології. К., 1995.
3. Кривошеїн В. В. Іміджова складова політичного світосприйняття: структура елементарного рівня // Грані. – Д., 2002. – № 4.
4. Кривошеїн В. В. Політичний імідж в аксеологічній структурі політичної ментальності українського народу // Національна ідея у формуванні громадянського суспільства та правової держави в Україні (матер. конф.). – К. АТ „Реклама”, 1999.
5. Лавренко О. Проблеми формування іміджу кандидата в депутати // Проблеми політичної психології. - К., 1997.
6. Фролов П. Методичні засоби вивчення іміджу політичних лідерів // Наукові студії з політичної психології. - К., 1995.
7. Баштанник, В., Суліма, Е. (2003). „Удосконалення управлінської діяльності в системі зовнішньої політики України”. У: Вісник Національної академії державного управління при Президентові України, № 3.
8. Покращення іміджу чи "джинса"? Deutsche Welle. (2013). <https://www.dw.com/uk/позитивні-публікації-про-україн> покращенняіміджу-чи-джинса/a-17036519, 25.12.2023
9. eDiplomacy: The US State Department's Global Collaborative Backbone. (2010). <https://www.zdnet.com/article/ediplomacy-the-us-state-departmentsglobal-collaborative-backbone/>, 12.12.2023.

10. Friedman, T. (2005). *The World is Flat: A Brief History of the Twenty-first Century*. New York: Farrar, Straus, and Giroux.. https://www.chinhnghia.com/Friedman_the%20world%20is%20flat.pdf, 10.11.2023.
11. Leonard, M. (2002). *Public Diplomacy*. London: The Foreign Policy Center.
12. Nation Brands. The annual report on the most valuable and strongest. <https://brandirectory.com/rankings/nation-brands>, 23.12.2023.
13. Rudnieva, A., Malovana, Y. (2023). „The image of Ukraine in conditions of modern information processes: digital transformation and E-governance”. In: *Bulletin of Lviv University: Philosopher-political scientist series*, no 4.
14. Cull, N. J. (2013). “The long road to public diplomacy 2.0: the Internet in US public diplomacy”. In: *International Studies Review*, no. 15.
15. Боротьба за свободу: які держави та яким чином підтримують Україну з початку повномасштабної війни? (2023, Лютий 24). Visit Ukraine today. Відновлено з <https://visitukraine.today/uk/blog/1532/borotba-za-svobodu-yaki-derzavi-ta-yakimcinom-pidtrimuyut-ukrainu-z-pocatku-povnomasstabnoi-viini>
16. Віднянський, С. (2022). Україна – Європейський союз: новий етап взаємовідносин в умовах російсько-української війни 2014–2022 рр. Міжнародні зв'язки України: наукові пошуки і знахідки, 10-37
17. «Всерйоз ще нічого не починали». Чи вичерпали себе санкції проти росії. (2023, Січень 5). Українська правда. Відновлено з <https://www.epravda.com.ua/publications/2023/01/5/695700/>
18. Європарламент у резолюції пропонує відключити Росію від системи SWIFT у випадку агресії проти України. (2021, Квітень 29). Радіо Свобода. Відновлено з <https://www.radiosvoboda.org/a/news-rosija-evroparlament/31230189.html>
19. Зеленський знову на обкладинці Time – журнал назвав Людиною року його та «український дух». (2022, Грудень 7). ІТС. Відновлено з <https://itc.ua/ua/novini/zelenskyj-znovu-na-obkladyntsi-time-zhurnal-nazvav-lyudynoyu-roku-jogo-taukrayinskyj-duh/>

20. Зеленському в Європарламенті аплодували стоячи: що сказав президент України. (2022, Березень 1). Новинарня. Відновлено з <https://novynarnia.com/2022/03/01/zelenskomu-v-yevroparlament/>

21. Кінаш, Н. Б. (2022). Міжнародна безпека як фактор формування національної безпеки України. Юридичний науковий електронний журнал, 562-564.

22. Кривонос, Р. (2012). Міжнародна співпраця як об'єкт наукового дослідження. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Міжнародні відносини, 38-39, 23-31.

23. Перепелиця, Г. (2018). Дипломатична війна може перерости в справжню. (2018, Березень 26). Український інтерес. Відновлено з <https://uain.press/news/766951-766951>

24. Федорова, Г. (2022). Роль дипломатії під час воєнного стану. Науково-теоретичний альманах Грани, 25(5), 10-17. [https:// doi.org/10.15421/172253](https://doi.org/10.15421/172253)

25. Ядерна загроза: що про це треба знати. (2022, Вересень 28). Укрінформ. Відновлено з <https://www.ukrinform.ua/rubricato/3581539-aderna-zagroza-so-pro-ce-treba-znati.html>

26. Григор'єва О. О. Інструменти конструювання іміджу держави. Вісник студентського наукового товариства Донецького національного університету імені Василя Стуса. том 1 / Ред. кол. Хаджинов І. В. (голова) та ін. Вінниця : ДонНУ імені Василя Стуса, 2020. Вип. 12. т. 1. С. 43–47.

27. Нагорняк т. л. Публічний імідж України в умовах невизначеності. Політичне життя. Political Life, 2022. №1. С.77-87. DOI 10.31558/2519-2949.2022.1.9

28. терещук М. І. Роль брендингових технологій у зовнішньополітичній діяльності. Стратегічні аспекти розвитку суб'єктів господарювання в умовах посилення глобалізації. (2015). uRL: https://library.krok.edu.ua/media/library/category/materialikonferentsij/2015-10-21_materiali-%D1%81onference-krok.pdf#page=581

29. Кінаш Н. б., Качковський О.В. Сучасний імідж україни: міжнародний аспект. Юридичний науковий елек-тронний журнал. No 7/2023. С.500-503. DOI <https://doi.org/10.32782/2524-0374/2023-7/114>

30. лісовський В. М. Зовнішньополітичний імідж україни та її лідера як чинник забезпечення національної без-пеки країни. Регіональні студії. 2022. No. 28. С. 79–83. DOI <https://doi.org/10.32782/2663-6170/2022.28.14>

31. Стратегія національної безпеки україни: указ Президента україни від 14 вересня 2020 року No 392/2020. uRL: <https://www.president.gov.ua/documents/3922020-35037>

32. Цурканова І. Імідж україни в умовах війни та міжнародна політична підтримка. Науково-теоретичний аль-манах Грані. 2023. т. 26. No. 3. С. 87–93. DOI: <https://doi.org/10.15421/172353>

33. Зазуляк т. І. Роль іміджевої політики в процесі формування позитивного іміджу органів публічної влади. Становлення та розвиток місцевого самоврядування в Україні: Збірник тез XI Всеукраїнської науково-практич-ної конференції (м. Хмельницький, 7 грудня 2022 року). Хмельницький : Хмельницький університет управління та права імені леоніда Юзькова, 2022. С. 65–68.

34. Руднєва А., Мальована Ю. Імідж україни в умовах сучасних інформаційний процесів: цифрової трансфор-мації та становлення електронного урядування. Вісник Львівського університету. 2022. С. 320–327. DOI: <https://doi.org/10.30970/PPS.2022.42.42>

35. Nye, Joseph S. Soft Power: The Means to Success in World Politics. Public Affairs, 2004.

АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна робота досліджує сутність, особливості та сучасні виклики іміджевої політики України. Розкрито теоретико-методологічні засади формування іміджу держави та проаналізовано вплив політико-економічних факторів, інформаційної війни та ЗМІ на міжнародний імідж України. Значна увага приділяється оцінці сучасного іміджу України на основі міжнародних рейтингів, ролі дипломатії, громадянського суспільства та культурної дипломатії. Розглянуто приклади іміджевих криз та запропоновано шляхи їх подолання. Запропоновано практичні рекомендації щодо вдосконалення іміджевої політики з урахуванням сучасних викликів: війни, дезінформації, необхідності міжнародної підтримки та європейської інтеграції. Робота має практичне значення для формування позитивного іміджу України на міжнародній арені.

Ключові слова: іміджева політика, імідж держави, міжнародний імідж України, медіа, громадянське суспільство, дипломатія, дезінформація, інформаційна безпека.