

ХМЕЛЬНИЦЬКА ОБЛАСНА РАДА  
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ПРАВА  
ІМЕНІ ЛЕОНІДА ЮЗЬКОВА  
ФАКУЛЬТЕТ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

Кафедра публічного управління та адміністрування

**МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА**  
на тему: «Формування іміджу України в  
сфері міжнародно-управлінської діяльності»

Виконала: студентка магістратури за  
спеціальністю 281 Публічне  
управління та адміністрування заочної  
форми навчання

**Інна ТІМОШ**

Керівник: доцентка кафедри  
публічного управління та  
адміністрування, кандидатка наук  
з державного управління, доцентка  
**Людмила ТРЕБИК**

Рецензент: \_\_\_\_\_

## АНОТАЦІЯ

Тімош І.С. Формування іміджу України в сфері міжнародно-управлінської діяльності – рукопис.

Актуальність дослідження формування іміджу України у сфері міжнародної управлінської діяльності важко переоцінити. Це не лише наукове заняття, але й стратегічний імператив із відчутними наслідками для дипломатичного, економічного та культурного добробуту нації. В магістерській роботі встановлено особливості створення феномену позитивного та негативного іміджу України в умовах функціонування на міжнародній арені. Досліджено теоретичні основи іміджу України в сфері міжнародно-управлінської діяльності, розглянуто підходи до вивчення сутності поняття «імідж держави» на міжнародній арені, серед яких, зокрема, еволюційний підхід і структурний підхід. Проаналізовано формування іміджу України в сфері міжнародно-управлінської діяльності. Сформульовано універсальне трактування досліджуваного поняття в розрізі орієнтиру на еволюційну і структурну складові. Розроблено шляхи удосконалення формування іміджу України в сфері міжнародно-управлінської діяльності. Проведено висвітлення структури, функцій, суб'єктів та факторів формування іміджу держави. Окреслено основні характеристики етапів створення іміджу та технології його формування;

Розглянута роль окремих факторів у формуванні міжнародного іміджу України. Виділено проблем і визначено шляхи формування позитивного іміджу України на міжнародній арені. Проаналізовано вплив міжнародного досвіду на формування іміджу. Досліджено формування іміджу України в інформаційному просторі закордонних держав. Обґрунтовано адаптацію міжнародного досвіду при формуванні іміджу України.

**Ключові слова:** імідж, формування іміджу, міжнародно-управлінська діяльність, імідж країни, політичний імідж, позитивний імідж, зовнішньополітичний імідж, репутація країни, Україна.

## SUMMARY

Timosh I.S. Formation of the image of Ukraine in the field of international management activity - manuscript.

It is difficult to overestimate the relevance of studying the formation of Ukraine's image in the field of international management. This is not only an academic pursuit, but also a strategic imperative with tangible implications for the nation's diplomatic, economic, and cultural well-being. The master's thesis established the peculiarities of the creation of the phenomenon of positive and negative image of Ukraine in the conditions of functioning on the international arena. The theoretical foundations of the image of Ukraine in the field of international management activity were studied, approaches to studying the essence of the concept of "state image" in the international arena were considered, including, in particular, the evolutionary approach and the structural approach. The formation of the image of Ukraine in the field of international management activities is analyzed. A universal interpretation of the studied concept in terms of evolutionary and structural components is formulated. Ways of improving the formation of the image of Ukraine in the field of international management activities have been developed. The structure, functions, subjects and factors of formation of the image of the state are highlighted. The main characteristics of the stages of image creation and the technology of its formation are outlined;

The role of individual factors in the formation of the international image of Ukraine is considered. Problems are identified and ways of forming a positive image of Ukraine on the international arena are determined. The impact of international experience on image formation is analyzed. The formation of the image of Ukraine in the information space of foreign countries has been studied. The adaptation of international experience in forming the image of Ukraine is substantiated.

Keywords: image, image formation, international management activity, country's image, political image, positive image, foreign policy image, country's reputation, Ukraine.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>5</b>
<b>РОЗДІЛ I ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІМІДЖУ УКРАЇНИ В СФЕРІ МІЖНАРОДНОГО-УПРАВЛІННІ ДІЯЛЬНОСТІ .....</b>	<b>8</b>
1.1 Поняття «імідж держави» його сутність, ознаки та класифікація .....	8
1.2 Міжнародний досвід у формуванні іміджу держави.....	17
<b>РОЗДІЛ II АНАЛІЗ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ УКРАЇНИ В СФЕРІ МІЖНАРОДНО-УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ .....</b>	<b>27</b>
2.1 Характеристика етапів створення іміджу та технологій його формування .....	27
2.2 Формування іміджу України в інформаційному просторі закордонних держав.....	36
<b>РОЗДІЛ III ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ УКРАЇНИ В СФЕРІ МІЖНАРОДНОГО-УПРАВЛІННІ ДІЯЛЬНОСТІ</b>	<b>44</b>
3.1 Адаптація міжнародного досвіду при формуванні іміджу України .....	44
3.2 Напрями удосконалення внутрішнього та зовнішнього іміджу України .....	51
<b>ВИСНОВКИ .....</b>	<b>62</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....</b>	<b>64</b>
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>68</b>

## ВСТУП

**Актуальність дослідження.** У динамічному ландшафті глобальних відносин і міжнародного бізнесу імідж нації має важливе значення. Україна з її багатою історією, культурним розмаїттям і геополітичним значенням стоїть на перетині складних міжнародних взаємодій. Розуміння формування іміджу України у сфері міжнародного менеджменту — це не просто наукове заняття, а питання стратегічного значення з далекосяжними наслідками. У своїй магістерській роботі я досліджую актуальність дослідження формування іміджу України в контексті міжнародної управлінської діяльності.

З метою розуміння необхідності інтегруватися до Європейського Співтовариства та посилення культурно-ментальних зв'язків нашої держави з ЄС, створення позитивного іміджу України на міжнародній арені необхідне дотримання стратегічного курсу на європейську інтеграцію, успішної конкурентної боротьби на міжнародному ринку збуту та інвестицій.

Оскільки Україна орієнтується на складній світовій арені, детальне розуміння того, як її сприймають на міжнародному рівні, дає змогу політикам, компаніям і зацікавленим сторонам активно формувати позитивний імідж, відкриваючи можливості для зростання, співпраці та позитивної взаємодії на світовій арені. В епоху, коли сприйняття має не менше значення, ніж політика, вивчення формування іміджу стає наріжним каменем ефективного міжнародного менеджменту для народу України.

**Ступінь дослідженості проблеми.** Сучасні особливості формування іміджу держав на міжнародній арені, роль у цьому процесі інформаційно-комунікативних технологій досліджуються по всьому світу представниками різних наукових шкіл, підходів, теорій та концепцій, зокрема політології, теорії соціальних технологій, політичної культури та теорії комунікації як провідних факторів внутрішньої та зовнішньої політики.

Ці теорії представлено у працях зарубіжних дослідників Д.Адама [8], С. Блека, Г. Брума, Ф. Буарі [10], Р. Джервіса [17], Н. Еліаса, С. Катліпа [5], М. Маклюена, Д. Ная [22], А. Сентера, які розглядали й аналізували процеси теорії,

методики і методології публік релейшнз. В Україні сучасні напрями досліджень впливу зовнішньополітичних технологій на формування іміджу держави в міжнародному просторі можна поділити на теоретико-методологічні (С.В Колосок [26] Г. Почепцов, Є. Тихомирова [13]) та прикладні (Т. Лебедева, Є. Пашенцев [14]). Дослідженню питань формування різних типів іміджу, їх оптимальності приділяють увагу такі науковці, як О. Кулеба [28], В. Кармазін, Л. Хмелевська [55] , Г. Лавриненко, О. Онопрієнко [33], Є. Тихомирова, О. Щурко [60] та інші.

**Мета дослідження:** розглянути теоретичні основи іміджу України в сфері міжнародно-управлінської діяльності, проаналізувати формування іміджу України в сфері міжнародно-управлінської діяльності та розробити шляхи удосконалення формування іміджу України в сфері міжнародно-управлінської діяльності.

**Завдання даного дослідження:**

- 1) визначити поняття «імідж держави», його сутність, ознаки та класифікацію;
- 2) проаналізувати вплив міжнародного досвіду на формування іміджу;
- 3) окреслити основні характеристики етапів створення іміджу та технології його формування;
- 4) дослідити формування іміджу України в інформаційному просторі закордонних держав;
- 5) обґрунтувати адаптацію міжнародного досвіду при формуванні іміджу України;
- 6) охарактеризувати напрями удосконалення внутрішнього та зовнішнього іміджу України.

**Об'єктом дослідження є:** процес формування іміджу держави.

**Предметом дослідження є:** формування іміджу України в сфері міжнародно-управлінської діяльності.

**Методи дослідження.** Під час написання роботи було використано загальнонаукові та спеціальні методи: *теоретичне узагальнення* – для

розкриття значення базових понять та їх складових частин; *аналіз, синтез та порівняння* – з метою дослідження зарубіжних практик створення позитивного іміджу країни; *контент-аналіз* – задля дослідження міжнародного досвіду формування іміджу; *діалектичний метод та систематизація* – для розробки практичних рекомендацій щодо покращення іміджу країни в умовах цифрових трансформацій.

**Апробація** – результати роботи були представлені на X Міжнародній науково-практичній конференції "Пріоритетні напрями досліджень в науковій та освітній діяльності» на тему: «Особливості формування позитивного іміджу органу державної влади в умовах воєнного стану". м. Львів. 19-20 грудня 2023 року. За результатами роботи конференції буде видано електронний збірник.

**Інформаційну базу дослідження** складають кількісні і якісні дослідження різних центрів (Центр Разумкова, Нова Європа, Freedom house, YES, GFK Ukraine, Transparency International, Nation Brands Index 2022, FutureBrand Index тощо), нормативно-правові акти України (укази Президента, постанови Кабінету Міністрів, інші закони), аналітичні матеріали (від VoxUkraine, Європейської правди, Детектор медіа), актуальні новини (від Hromadske, Української правди) та інші статті, записки, доповіді тощо, а також власні роздуми, висновки на основі прочитаного матеріалу, досвід спілкування з громадянами Європи.

**Теоретичне та практичне значення отриманих результатів** результати та рекомендації дослідження можуть бути використані національними та регіональними органами влади відповідальними за інформаційну політику, та активну політику щодо формування іміджу України у зовнішньому інформаційному просторі в сфері міжнародно-управлінської діяльності.

## РОЗДІЛ I ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІМІДЖУ УКРАЇНИ В СФЕРІ МІЖНАРОДНОГО-УПРАВЛІННІ ДІЯЛЬНОСТІ

### 1.1 Поняття «імідж держави» його сутність, ознаки та класифікація

Україна, розташована на перехресті Східної Європи, була нацією з багатою історією, різноманітною культурою та стійким духом, які сформували її імідж на світовій арені. Протягом багатьох років Україна стикалася з численними викликами, від політичних потрясінь до зовнішнього тиску, але вона продовжує змінювати себе, відображаючи багатогранний образ, який виходить за рамки її геополітичного значення.

У сфері міжнародного менеджменту імідж нації відіграє ключову роль у формуванні дипломатичних відносин, економічного співробітництва та глобального сприйняття. Україна з її багатою історією, різноманітною культурою та геополітичним значенням орієнтується в складному ландшафті міжнародної управлінської діяльності.

Національний брендинг — це теоретична основа, яка набула популярності в галузі міжнародного менеджменту. Він передбачає, що нації, як і продукти чи корпорації, можуть бути стратегічно брендovanі, щоб впливати на сприйняття та поведінку. Імідж нації стає ключовим активом, що впливає на туризм, інвестиції та дипломатичні зв'язки. Для України розуміння та впровадження національних стратегій брендингу має фундаментальне значення для створення позитивного та впливового міжнародного іміджу [19].

Концепція «м'якої сили», введена Джозефом Наєм, наголошує на здатності нації формувати вподобання інших через привабливість і привабливість, а не через примус. Публічна дипломатія, як інструмент м'якої сили, передбачає взаємодію з іноземною громадськістю для сприяння порозумінню та позитивному сприйняттю. Міжнародний імідж України можна культивувати через культурні обміни, освітні програми та інші ініціативи м'якої сили, які висвітлюють її багату історію та яскраву культуру [56,с.30].

Процес формування іміджу передбачає свідомі зусилля нації щодо формування того, як її сприймають різні зацікавлені сторони, включаючи

іноземні уряди, інвесторів і світову громадськість. Теоретична основа тут підкреслює важливість розуміння очікувань, цінностей і пріоритетів цих зацікавлених сторін. Для України узгодження свого іміджу з цінностями, що резонують у всьому світі, такими як прозорість, демократія та культурне багатство, є важливим у міжнародній управлінській діяльності.

З огляду на геополітичні виклики, з якими зіткнулася Україна, теоретичне підґрунтя кризової комунікації є вирішальним. Ця теорія стверджує, що ефективне спілкування під час криз є життєво важливим для управління сприйняттям і пом'якшення репутаційної шкоди. Міжнародний імідж України може виграти від стратегічного підходу до комунікації у кризових ситуаціях, наголошуючи на прозорості, своєчасних оновленнях і спільному вирішенні проблем.

Культурний інтелект (CQ) — це теоретична основа, яка підкреслює важливість розуміння культурних відмінностей і орієнтування в них. У контексті міжнародного менеджменту, де задіяні різні зацікавлені сторони, Україна може отримати вигоду від сприяння високому рівню CQ. Це передбачає культурну чутливість, ефективне спілкування між культурами та адаптацію стратегій управління до глобального контексту[21].

Різноманітні комунікаційні теорії лежать в основі розробки ефективних комунікаційних стратегій для управління іміджем нації. Теорія визначення порядку денного, наприклад, стверджує, що ЗМІ мають силу впливати на громадську думку, акцентуючи увагу на певних питаннях. Теорія фреймінгу припускає, що спосіб подання проблеми впливає на її сприйняття. Застосовуючи ці теорії стратегічно, Україна може активно формувати наративи та керувати своїм іміджем на міжнародній арені.

Теорія брендингу місця фокусується на застосуванні принципів брендингу до географічних місць. Для України це не лише формування іміджу нації, але й популяризація конкретних регіонів та напрямків. Ефективне управління DESTINATIONAMI, засноване на принципах брендингу, може

стимулювати туризм, залучати інвестиції та сприяти створенню позитивного міжнародного іміджу.

У сучасному ландшафті КСВ стала ключовим аспектом брендингу країни. Цей теоретичний підхід підкреслює важливість того, щоб нації залучалися до соціально відповідальних практик для покращення свого іміджу. Міжнародний імідж України може виграти від ініціатив, які демонструють прихильність до соціального добробуту, екологічної стійкості та етичного управління.

Теоретичні основи міжнародного іміджу України у сфері міжнародної управлінської діяльності є багатограними та динамічними. Спираючись на такі концепції, як національний брендинг, м'яка сила, кризова комунікація та культурний інтелект, Україна може стратегічно орієнтуватися на глобальній арені. Оскільки нація позиціонує себе в складному ландшафті міжнародних відносин, розуміння та застосування цих теоретичних основ буде сприяти формуванню позитивного, впливового та автентичного іміджу на міжнародному фронті. Завдяки продуманому та стратегічному підходу Україна має можливість формувати наративи, будувати значущу співпрацю та робити позитивний внесок у світову спільноту [23].

Великий вплив на імідж зробили кардинальні зміни другої половини ХХ– початку ХХІ ст. У житті міжнародної спільноти (включно із закінченням «холодної війни», прогресом інформатизації людини, стрімкими темпами всебічного розвитку). Глобалізація призводить до стирання національних кордонів, міждержавної конкуренції, інформаційно-обмінних операцій, загострення всіх національних інтересів.

За цих умов феномен національного іміджу, відомий ще за часів Нікколо Макіавеллі як «національна маска», набув нового змісту і став стратегічним ресурсом кожної країни. Сьогодні справді важко знайти на політичній карті світу країну, яку б не цікавило, який у неї імідж. Адже цілеспрямована політика сприяє формуванню привабливого національного іміджу, захисту національних інтересів, досягненню зовнішньополітичних цілей, створює атмосферу

підтримки міжнародним співтовариством своїх дій на міжнародній арені. Інформаційні технології все більше стають інструментом політичного впливу.

Міжнародне уявлення про країну формують ЗМІ, історія, традиції та особисті враження. Ці враження формуються під впливом багатьох факторів: від політичної ситуації до ситуації на вулицях. Національні образи часто асоціюються з іменами сучасних чи історичних знаменитостей, діячів культури та спорту [20].

Наприклад, до творчих постатей «За Україну» належать поети Т. Шевченко та І. Франко, співачка Руслана, боксери брати Клички, футболіст А. Шевченко. Водночас є й дуже чіткі візуальні символи (наприклад, Ейфелева вежа — для Франції, Біг-Бен — для Британії, статуя Свободи — для США).[22].

Імідж країни – це колективне сприйняття нації людьми як всередині, так і за її межами. Він охоплює широкий спектр елементів, включаючи культуру, політику, економіку, історію та міжнародні відносини.

Таблиця 1.1 Особливості іміджу країни:

Культурний образ	відображає культурну спадщину нації, включаючи мистецтво, музику, літературу та традиції.
Політичний імідж	включає уявлення про політичну систему країни, стабільність, управління та дипломатичні відносини.
Економічний імідж	охоплює такі фактори, як потужність економіки, торговельні відносини та глобальна конкурентоспроможність.
Історичний образ	сприймається минуле нації, включаючи історичні події та досягнення.
Туристичний імідж	привабливість країни як туристичного напрямку, що залежить від природної краси, пам'яток і гостинності.

Примітка: складено автором на основі джерела [28].

#### Класифікація іміджу країни:

- Позитивне проти негативного: на основі загального сприятливого чи несприятливого сприйняття.
- М'яка сила проти жорсткої сили: м'яка сила — це здатність впливати через привабливість та переконання, тоді як жорстка сила передбачає примус і силу.

Розглянемо більш детально особливості формування та класифікацію іміджу людини.

Імідж людини – це репутація людини, сформована її діями, поведінкою, зовнішнім виглядом і спілкуванням. Це стосується того, як інші сприймають і оцінюють людину.

#### Особливості іміджу людини:

1. Професійний імідж: відображає компетентність, навички та досягнення в кар'єрі чи сфері.
2. Особисті цінності: принципи та переконання, які керують діями людини.
3. Стиль спілкування: як людина спілкується, включаючи вербальні та невербальні сигнали.
4. Зовнішній вигляд: зовнішній вигляд, догляд та одяг сприяють створенню іміджу.
5. Соціальний образ: те, як людину сприймають у соціальних ситуаціях, включаючи стосунки та взаємодію з іншими.

#### Класифікація іміджу людини:

- Позитивне проти негативного: ґрунтується на загальному сприятливому чи несприятливому сприйнятті особи [36].
- Онлайн і офлайн зображення: відображає сприйняття особи як у віртуальному, так і в реальному контексті.

#### Взаємозв'язок:

- Імідж лідера: у випадку політичних лідерів імідж особи може суттєво вплинути на імідж країни.
- Глобальне громадянство: як на імідж країни, так і на окремих осіб може впливати прихильність до глобальних проблем, гуманітарні зусилля та етична поведінка.

Хоча імідж країни та особистий імідж відрізняються, вони взаємопов'язані. Політичні лідери, громадські діячі та впливові особи можуть формувати сприйняття як країни, яку вони представляють, так і свого особистого бренду. Управління репутацією, комунікаційні стратегії та етична

поведінка відіграють вирішальну роль у впливі на те, як обидві організації сприймаються на глобальній арені [18, с.208].

Класифікація іміджу, будь то імідж країни чи окремої людини, включає класифікацію сприйняття на основі різних факторів.

Таблиця 1.2 Класифікація зображень країни:

Позитивне проти негативного зображення	Позитивний імідж: відображає сприятливе сприйняття культури, політики, економіки та загальної репутації країни.
	Негативний імідж: передбачає несприятливе сприйняття, часто під впливом таких проблем, як політична нестабільність, економічна криза чи негативні стереотипи.
М'яка сила проти жорсткої сили	М'яка сила: покладається на привабливість, переконання та культурний вплив для формування позитивного сприйняття. Культурна дипломатія, освіта та глобальна привабливість сприяють м'якій силі.
	Жорстка сила: передбачає примусові заходи, включаючи військову силу та економічне домінування. Хоча жорстка сила може вселяти страх, вона не обов'язково може призвести до позитивного глобального сприйняття.
Культурний образ	Культурне багатство: Країни з яскравою культурною спадщиною, включаючи мистецтво, літературу, музику та традиції, часто мають позитивний культурний імідж.
	Культурна дипломатія: активне сприяння культурним обмінам, мовним програмам і художнім самовираженням для покращення глобального розуміння
Політичний образ	Політична стабільність: уявлення про стабільне політичне середовище сприяють формуванню позитивного політичного іміджу.
	Міжнародні відносини: Успішні дипломатичні зусилля та позитивні відносини з іншими націями зміцнюють політичний статус країни.
Економічний імідж	Економічна сила: міцна та стабільна економіка сприяє створенню позитивного економічного іміджу.
	Глобальна конкурентоспроможність: позиціонування країни

	на світовому ринку та її здатність залучати іноземні інвестиції впливають на економічне сприйняття.
Туристичне зображення	Природна краса. Країни з різноманітними ландшафтами, пам'ятками та пам'ятками часто мають позитивний туристичний імідж .
	Інфраструктура гостинності та туризму: доброзичливість людей і якість туристичних послуг сприяють загальному іміджу туристичного напрямку.

Примітка: складено автором на основі джерела [37].

В обох випадках управління та покращення іміджу передбачає стратегічне спілкування, послідовну поведінку та вирішення будь-яких негативних уявлень за допомогою ефективного управління репутацією. Класифікації створюють основу для розуміння багатогранної природи того, як країни та окремі люди сприймаються на глобальній арені.

Як особистий, так і національний імідж може змінюватися залежно від дій, рішень і глобальних подій. Сприйняття відіграє вирішальну роль у формуванні цих образів, і на них часто впливає поєднання особистої чи національної поведінки, цінностей і досягнень.

Політичний ландшафт України був вагомим фактором у формуванні її іміджу. Помаранчева революція 2004 року та Євромайдан 2013-2014 років привернули увагу світу, продемонструвавши прагнення українського народу до демократичних цінностей та проєвропейської орієнтації. Ці події сприяли формуванню іміджу України як країни, яка прагне політичних реформ, прозорості та тісніших зв'язків з Європейським Союзом.

Імідж України не позбавлений проблем. Анексія Криму Росією в 2014 році та триваючий конфлікт на сході України створили значні перешкоди. Проте стійкість України перед обличчям лиха стала визначальною рисою її іміджу. Мужність її народу в поєднанні з зусиллями щодо реформування інституцій та боротьби з корупцією підкреслює рішучість України подолати перешкоди та побудувати міцніше майбутнє [24].

Культурна спадщина України – це скарбниця, яка додає яскравості її іміджу. Культурне багатство України є джерелом гордості, починаючи від барвистої традиційної вишивки і закінчуючи запаморочливими мелодіями народної музики. Всесвітньо відомі письменники, такі як Тарас Шевченко, і сучасні режисери донесли українське мистецтво та літературу до світової аудиторії, сприяючи цінуванню культурного внеску нації.

Глобальний вплив України виходить за її межі. Країна брала активну участь у миротворчих місіях і міжнародному співробітництві. Крім того, українська діаспора відіграє важливу роль у підтримці зв'язків з батьківщиною та просуванні позитивного іміджу за кордоном.

Оскільки Україна продовжує рухатися на світовій арені, її імідж нерозривно пов'язаний із її постійними зусиллями щодо реформ, економічного розвитку та зміцнення демократичних інститутів. Світ спостерігає за тим, як Україна намагається збалансувати свої історичні зв'язки з Росією та свої прагнення тіснішої інтеграції з європейською спільнотою [38,с.70].

Образ України – це динамічна мозаїка, яка відображає її історичний шлях, політичну боротьбу, культурне багатство та стійкість. Незважаючи на виклики, глобальний імідж України – це нація, яка формує свою ідентичність, робить внесок у міжнародний діалог і стійко стоїть на шляху до світлого майбутнього. Оскільки Україна продовжує розвиватися, її багатогранний образ, безсумнівно, залишатиметься предметом глобального інтересу та захоплення.

Концепція іміджу держави — це багатогранний дискурс, що розвивається, який охоплює як наукову, так і політичну сфери. Вивчення іміджу держави, що ґрунтується на складнощях сприйняття, ідентичності та представлення, є невід'ємною частиною розуміння того, як нації орієнтуються на глобальній арені. Ця стаття досліджує нюанси поняття в науковому та політичному дискурсі, розкриваючи шари, які сприяють формуванню, проєкції та впливу іміджу держави [40].

У наукових колах дослідження іміджу держави часто перетинаються зі сферою брендингу нації. Науковці заглиблюються в складний процес побудови

і управління брендом нації. Це передбачає розуміння того, як історичні наративи, культурні елементи та геополітичні фактори сходяться, щоб сформувати колективну ідентичність, яку держава прагне представити на міжнародному рівні.

Культурна дипломатія та м'яка сила відіграють ключову роль у наукових дискусіях навколо іміджу держави. Дослідники досліджують, як культурний експорт нації, включаючи літературу, мистецтво та традиції, сприяє її м'якій силі. Здатність впливати на глобальне сприйняття через культурну взаємодію стає ключовим аспектом наукових досліджень у розумінні динаміки іміджу держави[16].

Науковий дискурс про імідж держави визнає повсюдний вплив ЗМІ на формування суспільного сприйняття. Аналіз часто поширюється на те, як уряди стратегічно використовують засоби масової інформації та залучаються до зусиль публічної дипломатії для формування міжнародних наративів. Дослідження в цій галузі вивчають складний зв'язок між репрезентацією ЗМІ та формуванням іміджу держави.

Дослідження сприйняття утворюють критичний компонент наукового дискурсу про імідж держави. Дослідники заглиблюються в опитування громадської думки, аналізуючи, як люди в різних країнах сприймають ту чи іншу державу. Ці дослідження розгадують фактори, що впливають на позитивне чи негативне сприйняття, надаючи розуміння динаміки створення міжнародного іміджу.

Імідж держави в політичному дискурсі:

На політичній арені дискусії про імідж держави невід'ємно пов'язані з дипломатією та міжнародними відносинами. Політичний дискурс досліджує, як імідж нації впливає на її позицію у світовій спільноті. Дипломати та політики розглядають вплив міжнародного сприйняття на зовнішні відносини та здатність вести ефективні переговори на світовій арені [39].

Імідж держави тісно пов'язаний із проблемами національної безпеки та геополітичними міркуваннями. Політичний дискурс часто заглиблюється в те,

як позитивний чи негативний міжнародний імідж може вплинути на безпеку країни. Країни прагнуть створювати імідж стабільності та надійності, що є важливими елементами збереження геополітичного впливу та союзів безпеки.

Економічний вимір є центром у політичних дискусіях про імідж держави. Уряди активно беруть участь в економічній дипломатії для підвищення свого міжнародного іміджу, залучення іноземних інвестицій і розвитку торговельних відносин. Політичний дискурс підкреслює роль економічної сили у формуванні загального іміджу нації та її геополітичного впливу [25].

І науковий, і політичний дискурси визнають проблеми в управлінні іміджем держави. Розвиток цифрових комунікацій, швидке поширення інформації та вплив недержавних акторів на глобальне сприйняття створюють складні виклики. Майбутні дослідження в обох областях, ймовірно, вивчатимуть інноваційні стратегії управління іміджем у постійно змінюваному ландшафті міжнародних відносин[17].

Концепція іміджу держави є динамічною та міждисциплінарною темою, яка збігається як у науковому, так і в політичному дискурсах. Оскільки нації орієнтуються у складності взаємопов'язаного світу, розуміння формування, проєкції та впливу їх іміджу стає все більш важливим. Наукові дослідження та політичні дискусії сходяться у спільному визнанні того, що імідж держави є не лише відображенням її минулого та сьогодення, а й стратегічним інструментом, який формує її майбутнє на глобальній арені. Розкриття шарів іміджу держави в цих дискурсах дає цінну інформацію для політиків, науковців і громадян, сприяючи більш тонкому розумінню складної динаміки, яка визначає місце нації у світі.

## **1.2 Міжнародний досвід у формуванні іміджу держави**

Процес формування іміджу країни на світовій арені є складним і динамічним процесом. Одним із основних шляхів формування міжнародного іміджу країни є дипломатія та застосування «м'якої сили». Дипломатичні ініціативи, культурні обміни та міжнародна співпраця сприяють позитивному

сприйняттю. Стратегічне застосування «м'якої сили», включаючи культурний вплив, освіту та туризм, відіграє ключову роль у зміцненні доброї волі та взаєморозуміння.

В світовій практиці аналіз брендів країн та побудова їх рейтингів набуло широкого розповсюдження із середини нульових років 21-го сторіччя, що обумовлено дією наступних чинників.

По-перше, світова економіка швидко розвивалася наприкінці 20-го і на початку 21-го століття. В умовах суттєвого полегшення доступу до останніх у рамках глобалізованих фінансових ринків з'явилися нові фактори, які можуть позитивно впливати на привабливість інвестувати. Одним з них і став міжнародний імідж країни або її бренд.

Показовими є наступні дані про щорічні витрати країн на здійснення державної політики для підтримки та просування їх іміджу за кордоном, США – 1,4 млрд. дол., Великобританія та Німеччина – приблизно 1,2 млрд. дол. кожна, Франція – близько 3,1 млрд. дол. Саудівська Аравія – 6 млрд. дол. [6].

У сучасних геополітичних умовах імідж набуває все більшого значення. Формування іміджу країни на міжнародній арені є необхідною умовою розвитку та здатності захищати національні інтереси та розвиток.

Країни активно беруть участь у кампаніях з брендингу нації, щоб сформуванню те, як їх сприймають у всьому світі. Зусилля зі зв'язків з громадськістю, як урядами, так і незалежними організаціями, відіграють вирішальну роль у поширенні позитивного нарративу про країну. Ефективні комунікаційні стратегії допомагають створити сприятливий імідж, висвітлюючи культурну спадщину, економічні досягнення та соціальні досягнення.

Сьогодні країни, які створюють власні бренди, використовують їх як інструмент залучення та запускають комплексні національні та міжнародні маркетингові кампанії.

У Сінгапурі та Південній Кореї нові національні бренди були представлені в 2007 році, в Гонконзі - в 2000 році, а на початку 2000-х років

їхні бренди були представлені в Великобританії та країнах Східної Європи. Найбільш очевидним є бажання людей купувати ті чи інші товари. У країні-бренді, а не просто в «якійсь країні», тому що якість цих продуктів буде хороша. Так, ми віддаємо перевагу німецьким автомобілям, італійському взуттю, французькій косметиці, японській техніці, корейським чи американським мобільним телефонам та комп'ютерній техніці тощо.

Економічна потужність є вагомим фактором формування іміджу країни. Успішна економічна дипломатія передбачає залучення іноземних інвестицій, сприяння торговельним відносинам і демонстрацію економічної стабільності. Країни з сильною та інноваційною економікою часто користуються позитивним глобальним іміджем, прикладом чого є такі економічні центри, як Сполучені Штати, Китай та Німеччина [26,с.183].

Але звичайних "асоціацій" замало, тому існують два найбільш відомих індекси національних брендів країн :Anholt Ipsos Nation Brands Index та FutureBrand Country Brand Index

Anholt Ipsos Nation Brands Index – це індекс, розроблений Саймоном Анхольтом, який оцінює імідж і репутацію країни у світі та відстежує динаміку зростання чи падіння. До речі, професор Анхольт вперше ввів термін «національний бренд» у 1996 році. Дослідження Anholt Ipsos Nation Brand Index (NBI) включало понад 20 000 онлайн-інтерв'ю з людьми віком від 18 років у 20 країнах. Індекс вимірює силу та якість програми брендингу кожної країни шляхом поєднання шести параметрів: управління, культура, люди, туризм, імміграція та інвестиції.

Future Brand Country Brand Index — це глобальне дослідження потужності брендів країни, яке охоплює 113 країн. Це найбільше дослідження в галузі, якому довіряють багато національних агенцій територіального розвитку. Дослідження провела компанія Future Brand. Індекс базується на великій кількості запитань і відповідей респондентів і охоплює велику кількість країн. Експерти вимірюють обізнаність, знання, вподобання, зміст, популяризацію, бажання відвідати та працювати з країною та її жителями.

Найважливіші параметри – це аспекти, які справді відрізняють національний бренд – показники в п'яти ключових сферах системи цінностей, якості життя, ділового середовища, спадщини культури та туризму. До п'ятірки найкращих країн у рейтингу Future Brand Country Brand Index 2020 входять такі країни: Китай, Швейцарія, Норвегія, Німеччина та Канада. Україна посідає лише 71 місце, і метою дослідження для розробки такого індексу є вимірювання «нематеріальних активів» країни. Ці результати допомагають уряду штату формулювати концепції бренду, планувати політику, розробляти стратегії розвитку інновацій та інвестицій, тим самим сприяючи покращенню репутації країни.

Те, як країна справляється з кризами на міжнародній арені, значно впливає на її глобальний імідж. Швидке та прозоре управління кризою в поєднанні з ефективним спілкуванням може пом'якшити негативне сприйняття, яке виникає внаслідок конфліктів, стихійних лих чи інших складних ситуацій. Добре керована криза може навіть покращити імідж країни, якщо з нею вміло поводитися.

Культурна дипломатія передбачає використання культурних надбань країни для розвитку позитивних відносин. Культурні обміни, міжнародні фестивалі та спільні мистецькі починання сприяють спільному розумінню між націями. Демонструючи своє культурне розмаїття, країни можуть звернути увагу на глобальну аудиторію та зруйнувати стереотипи.

Співпраця між державним і приватним секторами відіграє важливу роль у формуванні міжнародного іміджу країни. Приватні підприємства, культурні установи та неурядові організації часто співпрацюють з урядами, щоб продемонструвати сильні сторони країни, інновації та внесок у глобальний прогрес [27].

Туристична індустрія країни є потужним інструментом формування її міжнародного іміджу. Туризм не тільки приносить економічні вигоди, але й відкриває світові природну красу, культурну спадщину та гостинність країни.

Туристичний досвід сприяє створенню вражень з перших вуст, які можуть позитивно сформувати сприйняття.

Країни, які беруть активну участь у глобальних ініціативах, сприяють міжнародному розвитку та дотримуються принципів екологічної стійкості, ймовірно, будуть сприйняті прихильно. Глобальне громадянство та почуття відповідальності у вирішенні глобальних викликів позитивно впливають на імідж країни.

Питаннями формування міжнародного іміджу країни займаються багато вчених, політиків, іміджевих експертів. Тому в сучасній міжнародній іміджології країни існує велика кількість інтерпретацій, іміджевих оцінок та оцінок іміджу, стратегії, що ускладнює вибір ефективних інструментів розвитку.

Держави та їх вплив на світову політику та міжнародні відносини почалися в другій половині 20 століття, коли західні дослідники почали формувати образні поняття.

На сьогодні накопичений значний масив мультидисциплінарних досліджень, що присвячені різноманітним проблемам формування міжнародного іміджу держави (Додаток 1).

Ф.Котлер у своїй основній класичній праці з маркетингу запропонував стандарт національного добробуту та метод SWOT-аналізу для визначення сили та слабкості країни. У своєму дослідженні такі дослідники, як Д. Белл, М. Кастельс, М. Маклюен та Е. Тоффлер. У роботі аналізуються основи та засоби інформаційного суспільства [57,с.87].

Його вплив на процес глобалізації сучасних міжнародних відносин, встановлення нового міжнародного інформаційного порядку та можливості використання інформаційного потенціалу різних країн.

Сучасні дослідники та практики, які працюють у сфері міжнародного політичного маркетингу приділяють велику увагу, як дослідженню, так і безпосередньому формуванню ефективного міжнародного іміджу країн світу.

Так, британський експерт у сфері міжнародного брендингу Девід Адам визначає міжнародний імідж як державну стратегію щодо створення репутаційного капіталу через самопрезентацію країни, її економічних та політичних інтересів за кордоном [58,с.340].

Формування іміджу країни на міжнародній арені передбачає складну взаємодію різноманітних факторів, зокрема культурних, політичних, економічних та соціальних елементів. Позитивний і привабливий імідж країни може зміцнити дипломатичні відносини, залучити іноземні інвестиції, сприяти розвитку туризму та сприяти міжнародній співпраці.

Таблиця 1.3 Характеристика країн, які стратегічно сформували свій міжнародний імідж:

Назва країни	Характеристика
Японія: Культурна м'яка сила	Японія використала свої культурні надбання для створення позитивного міжнародного іміджу. Концепція «Cool Japan» передбачає популяризацію японської поп-культури, включаючи аніме, мангу та джей-поп. Уряд активно підтримує культурний експорт і такі ініціативи, як JET (Japan Exchange and Teaching Program), яка привозить англомовних людей до Японії для сприяння мовному обміну та культурному взаєморозумінню.
Південна Корея: К-поп і цифрова дипломатія	Південна Корея, зокрема завдяки світовому успіху К-поп і K-dramas, ефективно використовувала свою індустрію розваг для покращення свого міжнародного іміджу. Уряд підтримує такі ініціативи, як Корейський фонд міжнародного культурного обміну для просування корейської культури за кордоном. Крім того, Південна Корея прийняла цифрову дипломатію, використовуючи соціальні мережі та технології для взаємодії з глобальною аудиторією.
Канада: інклюзивний мультикультуралізм	Канада створила імідж різноманітного та інклюзивного суспільства. Його прагнення до мультикультуралізму та соціальної інклюзивності відображається в його політиці та публічних повідомленнях. Уряд активно сприяє різноманітності та інклюзії, наголошуючи на цінності імміграції та приймаючи біженців.

	Позитивний імідж Канади також пов'язаний з її екологічною політикою та миротворчими зусиллями.
Сінгапур: економічний успіх та інновації	Сінгапур стратегічно позиціонує себе як глобальний економічний центр і центр інновацій. Країна активно пропагує свою репутацію економічної стабільності, ефективного управління та передових технологій. Сінгапур проводить міжнародні заходи та конференції, такі як Сінгапурський фестиваль фінансових технологій, щоб продемонструвати свої досягнення та залучити таланти та інвестиції з усього світу.
Нова Зеландія: Туризм і екологічне управління	Нова Зеландія успішно рекламує себе як незайманий і авантюрний напрямок. Її кампанія «100% чиста Нова Зеландія» наголошує на природній красі країни, активному відпочинку на свіжому повітрі та відданості збереженню навколишнього середовища. Проактивна позиція уряду щодо сталого розвитку та екологічних питань узгоджується з глобальною тенденцією до екологічно чистих практик.
Німеччина: технологічне лідерство та культурна дипломатія	Німеччина створила позитивний міжнародний імідж завдяки поєднанню технологічного лідерства та культурної дипломатії. Репутація країни як передового інженера зміцнюється її сильним виробничим сектором. Німеччина також підтримує культурні ініціативи, такі як Goethe-Institut, для популяризації німецької мови та сприяння культурним обмінам.
Норвегія: Гуманітарні зусилля та розбудова миру	Норвегія зарекомендувала себе як світовий лідер у гуманітарних зусиллях і розбудові миру. Через такі ініціативи, як Нобелівська премія миру, Норвегія підкреслює свою відданість вирішенню міжнародних конфліктів і просуванню прав людини. Позитивний імідж країни тісно пов'язаний з її дипломатичними зусиллями у зміцненні миру та стабільності в усьому світі.

Примітка. Складено автором.

Ці приклади демонструють, що країни використовують різні стратегії для формування свого міжнародного іміджу, часто зосереджуючись на культурній дипломатії, економічному успіху, технологічних інноваціях, піклуванні про навколишнє середовище та дипломатичні ініціативи. Ефективність цих стратегій залежить від того, наскільки добре вони узгоджуються з глобальними

уявленнями та перегукуються з цінностями та інтересами міжнародної спільноти.

Міжнародний досвід формування іміджу країни є багатограним і постійним процесом. Це передбачає тонкий баланс дипломатичних зусиль, економічної сили, культурної дипломатії та врегулювання криз.

У взаємопов'язаному світі XXI століття імідж нації більше не формується лише її внутрішніми діями та наративами. Вплив інших країн через дипломатичні зобов'язання, культурні обміни та економічні зв'язки відіграє значну роль у формуванні сприйняття нації на світовій арені [28,с.105].

Дипломатична взаємодія між націями має глибокий вплив на те, як їх сприймають у всьому світі. Двосторонні відносини, союзи, участь у міжнародних форумах сприяють формуванню іміджу країни. Позитивні дипломатичні зобов'язання, співпраця над глобальними проблемами та зусилля з вирішення конфліктів створюють наратив співпраці та відповідального міжнародного громадянства.

Культурна дипломатія та ініціативи «м'якої сили» є потужними інструментами для націй, які прагнуть вплинути на глобальне сприйняття свого іміджу. Коли країни здійснюють культурні обміни, демонструють свої мистецькі досягнення та просувають свою спадщину на міжнародному рівні, це сприяє позитивному розумінню їхніх цінностей і традицій. М'яка сила, як її придумав Джозеф Най, наголошує на здатності залучати та переконувати, а не покладатися на примус, і культурні обміни є ключовим компонентом цього підходу.

Економічні зв'язки та торговельні відносини значно впливають на імідж нації. Співпраця з іншими країнами в економічних ініціативах, участь у взаємовигідних торговельних угодах і сприяння середовищу, яке приваблює іноземні інвестиції, сприяє створенню позитивного економічного іміджу. Надійна та відкрита економіка зміцнює позиції країни на світовій економічній арені [29,с.320].

Туризм є прямою зустріччю між країною та іноземними відвідувачами. Досвід туристів, їх спілкування з місцевими жителями та враження, які вони несуть додому, сприяють формуванню іміджу нації. Кампанії з просування туризму, гостинності та збереження пам'яток історії та культури відіграють вирішальну роль у формуванні позитивного сприйняття.

Міжнародні ЗМІ відіграють значну роль у формуванні нарративу про країну. Зображення нації в новинах, документальних фільмах і популярній культурі впливає на громадську думку в усьому світі. Позитивне висвітлення в міжнародних ЗМІ сприяє створенню сприятливого іміджу, тоді як негативне зображення може мати тривалі наслідки.

Те, як країна реагує на глобальні виклики та кризи, впливає на її імідж. Активна участь у міжнародних гуманітарних зусиллях, миротворчих місіях і співпраця в таких питаннях, як зміна клімату чи охорона здоров'я, демонструє відданість країни глобальному добробуту. Реагування на кризу та міжнародна співпраця сприяють сприйняттю відповідальності та стійкості.

Участь у міжнародних освітніх і наукових колабораціях підвищує інтелектуальний імідж країни. Розвиваючи партнерські відносини з провідними установами, підтримуючи дослідницькі ініціативи та сприяючи академічним обмінам, нація позиціонує себе як центр знань та інновацій на глобальній арені.

Міжнародна спільнота уважно стежить за прихильністю нації до демократичних цінностей і прав людини. Країни, які дотримуються цих принципів, зазвичай сприймаються більш позитивно. І навпаки, занепокоєння з приводу розмивання демократичних норм або порушень прав людини може негативно вплинути на імідж нації [8,с.180].

У сучасному глобальному ландшафті формування іміджу країни є спільними зусиллями, що передбачають активну участь інших націй. Взаємозв'язок дипломатичних, економічних, культурних і соціальних взаємодій створює мережу впливу, яка формує сприйняття країн. Країни повинні орієнтуватися в цій складній динаміці, усвідомлюючи вплив своїх дій на глобальній арені та активно залучаючись до ініціатив, які позитивно сприяють

їхньому міжнародному іміджу. Оскільки світ стає все більш взаємозалежним, вплив інших країн на формування іміджу нації підкреслює важливість сприяння співробітництву та залучення до відповідальних, глобально свідомих практик.

## **РОЗДІЛ II АНАЛІЗ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ УКРАЇНИ В СФЕРІ МІЖНАРОДНО-УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

### **2.1 Характеристика етапів створення іміджу та технологій його формування**

У заплутаній мережі міжнародних відносин імідж країни є вирішальним фактором, що впливає на її становище на світовій арені. Україна, розташована на перехресті Східної Європи, в останні роки перебуває у центрі підвищеної уваги.

Одним із ключових факторів, що впливають на міжнародний імідж України, є стан її політичної стабільності та державного управління. За останні кілька десятиліть Україна пережила періоди політичної турбулентності, зі змінами в керівництві та випадками політичних заворушень. Здатність українського уряду встановлювати та підтримувати стабільність уважно перевіряється міжнародною спільнотою, що впливає на сприйняття управлінських можливостей країни.

Економічне здоров'я нації є ключовим чинником її міжнародного іміджу. Україна зіткнулася з економічними викликами, але зусилля щодо впровадження реформ і сприяння економічному зростанню були відзначені. Такі фактори, як зростання ВВП, рівень безробіття та загальне бізнес-середовище, сприяють формуванню іміджу України в очах міжнародних інвесторів, бізнесу та економічних зацікавлених сторін [7, с.70].

Дипломатичні відносини також відіграють вирішальну роль у світовому сприйнятті України. Взаємодія країни з сусідніми державами, а також її взаємодія з міжнародними організаціями сприяють її іміджу у сфері міжнародного менеджменту. Позитивні дипломатичні відносини можуть відкрити шляхи для співпраці та підтримки, тоді як напружені відносини можуть перешкоджати прогресу та створювати перешкоди на міжнародній арені.

Верховенство права та надійна законодавча база є важливими компонентами ефективного урядування. Відданість України дотриманню

верховенства права, захисту прав власності та забезпеченню справедливої судової системи уважно спостерігає міжнародна спільнота. Занепокоєння щодо корупції та правових проблем може кинути тінь на імідж України, вплинувши на довіру до неї в міжнародному управлінні [30,с.20].

Ситуація з безпекою всередині України та її геополітичне положення є суттєвими факторами, що впливають на її імідж. Залучення країни до регіональних конфліктів, зокрема ситуації в Криму та конфлікту на сході України, привернуло увагу міжнародної спільноти. Вирішення цих проблем і зусилля щодо збереження стабільності суттєво вплинуть на імідж України в очах світової спільноти [5].

Культурний вплив, освіта та публічна дипломатія сприяють м'якій силі нації. Культурний внесок України, освітні заклади та зусилля щодо популяризації її спадщини в усьому світі відіграють важливу роль у формуванні її міжнародного іміджу. Культурна дипломатія може сприяти позитивним відносинам і посилити позиції України в міжнародному управлінні.

Імідж України у сфері міжнародного менеджменту є складним взаємовпливом політичних, економічних, дипломатичних і культурних факторів. Оскільки країна продовжує рухатися своїм шляхом на глобальній арені, вирішення викликів і використання сильних сторін матиме вирішальне значення для формування позитивного та стійкого міжнародного іміджу. Динаміка міжнародних відносин постійно змінюється, і здатність України справлятися з цими складнощами матиме вирішальне значення для визначення її позиції у світовій спільноті [31,с.187].

Великого розголосу набули успішні результати достатньо великої кількості проектів із створення або зміни територіальних брендів, в тому числі і таких країн, як Великобританія, Німеччина, Чехія, Південна Африка тощо. В Великобританії в кінці 90-х років 20-го сторіччя з великим успіхом пройшла компанія з ребрендингу країни, в результаті якої її новий слоган Cool Britannia («Класна Британія»), який був запропонований В. Оллісом, протягом буквально одного року став надзвичайно популярним. Як наслідок, Великобританія і

донині стійко утримує провідні позиції в рейтингу найбільш сильних національних брендів, займаючи в 2008-2010 рр. 3-4 місце в рейтингу Anholt-GfK Roper Nation Brands Index (Додаток 5).

Ще одним із успішних прикладів є абсолютно новий імідж Німеччини, який створився після чемпіонату світу з футболу 2006 р. За свідченням Ніколаса Еберла, автора книги «Brand Ovation: How Germany won the World Cup of Nation Branding» та одного із провідних експертів в команді із брендінгу чемпіонату світу з футболу в ЮАР 2010 р., Німеччині протягом буквально декількох років вдалося кардинально змінити свій імідж [59,с.54].

Найбільш відомими проектами із рейтингування брендів країн є дослідження, які, починаючи із 2005 р., виконують компанія FutureBrand (розраховує Бренд-індекс країн світу (Country Brand Index, CBI)) [2] та Саймон Анхольт, який спільно з різними агенціями (в 2010 р. його партнером була компанія GfK) та за власною методикою розраховує національний бренд-індекс Anholt-GfK Roper Nation Brands Index (NBI) [60,с.308] (Додаток 4).

Створення іміджу країни чи окремої людини передбачає багатоетапний процес, який об'єднує різні стратегії, канали комунікації та технології.

Нижче наведено етапи створення іміджу та технології, які зазвичай використовуються для формування цього іміджу:

Першим етапом є дослідження та аналіз:

Мета: Визначити цілі та завдання створення образу.

Технологія: Інструменти аналізу даних, опитування та платформи соціальних мереж допомагають збирати інформацію про громадську думку, тенденції та сприйняття.

Наступним етапом є визначення ключових повідомлень:

Мета: чітко визначити ключові повідомлення, які відповідають бажаному зображенню.

Технологія: системи керування вмістом, платформи обміну повідомленнями та інструменти моніторингу медіа допомагають створювати та поширювати послідовні повідомлення.

Обов'язковим також є визначення цільової аудиторії:

Мета: визначити та зрозуміти цільову аудиторію, щоб ефективно адаптувати повідомлення.

Технологія: системи управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM), інструменти демографічного аналізу та аналітика соціальних мереж допомагають визначити та сегментувати цільову аудиторію.

Наступним етапом є визначення культурних та контекстуальних міркувань:

Мета: адаптувати повідомлення до культурних норм і контексту.

Технологія: інструменти міжкультурної комунікації, програмне забезпечення для мовного перекладу та навчальні ресурси з культурної чутливості допомагають орієнтуватися в різноманітній аудиторії.

#### 1. Стратегічне комунікаційне планування:

Мета: розробити комплексну комунікаційну стратегію, яка визначає канали, частоту та повідомлення.

Технологія: інструменти управління проектами, програмне забезпечення для планування комунікацій і платформи для співпраці допомагають координувати зусилля між командами.

#### 2. Залучення ЗМІ:

Мета: взаємодія з традиційними та цифровими медіа для розповсюдження повідомлень та керування оповіддю.

Технологія: програмне забезпечення для зв'язків із громадськістю, інструменти моніторингу медіа та платформи керування соціальними медіа допомагають охоплювати медіа та аналізувати їх.

#### 3. Покращення цифрової присутності:

Мета: посилити присутність в Інтернеті за допомогою веб-сайтів, соціальних мереж та інших цифрових каналів.

Технологія: системи керування вмістом (CMS), інструменти пошукової оптимізації (SEO) і платформи соціальних мереж сприяють надійній цифровій присутності.

#### 4. Залучення зацікавлених сторін:

Мета: сприяти позитивним відносинам із зацікавленими сторонами, включаючи державні установи, підприємства та громаду.

Технологія: системи управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM), платформи для залучення зацікавлених сторін і форуми спільнот сприяють взаємодії [32].

#### 5. Моніторинг та оцінка:

Мета: постійно контролювати ефективність зусиль зі створення іміджу та вносити корективи на основі даних.

Технологія: інструменти аналітики, програмне забезпечення для аналізу настроїв і платформи відстеження продуктивності допомагають оцінити вплив створеного іміджу.

У сучасну епоху, коли інформація передається зі швидкістю одного кліка, соціальні мережі стали потужними провідниками впливу. Окрім зв'язку між людьми, ці цифрові платформи відіграють важливу роль у формуванні іміджу націй на глобальній арені. У цій статті розглядається глибокий вплив соціальних мереж на імідж країни, досліджуються механізми, виклики та можливості, які вони створюють у сфері міжнародного сприйняття.

Повсюдне поширення платформ соціальних мереж змінило спосіб поширення інформації, ведення дискусій і формування думок. Від Facebook і Twitter до Instagram і LinkedIn ці платформи служать віртуальними міськими площами, де імідж країни постійно формується та змінюється [3,с.352].

Соціальні мережі забезпечують доступ у режимі реального часу до новин, подій і розповідей, дозволяючи користувачам у всьому світі миттєво взаємодіяти з іміджем країни. Ця безпосередність кидає виклик традиційним способам розповсюдження інформації, підвищуючи значення кожної події чи події на міжнародній арені.

Країни зараз беруть участь у формі культурної дипломатії, яка виходить за межі традиційних кордонів. За допомогою соціальних медіа країни можуть демонструвати своє культурне багатство, традиції та досягнення безпосередньо

світовій аудиторії. Ця пряма взаємодія сприяє більш тонкому розумінню ідентичності країни поза межами геополітичних наративів.

Зворотним боком впливу соціальних медіа є виклик, який створює дезінформація та дезинформація. Фальшиві наративи та пропаганда можуть швидко поширюватися, спотворюючи імідж країни. Вирішення цього виклику вимагає активних зусиль щодо підвищення точності, протидії неправдивим наративам і підтримки прозорості.

Соціальні мережі дають громадянам можливість стати послами своїх країн. Масові рухи, керовані соціальними медіа, можуть сформувати міжнародне сприйняття шляхом мобілізації громадської думки. Від екологічних ініціатив до правозахисних кампаній, громадянська дипломатія відіграє вирішальну роль у впливі на імідж нації [33].

Під час кризи соціальні медіа стають передовою для управління іміджем країни. Ефективна комунікація в кризових ситуаціях на цих платформах має життєво важливе значення, оскільки вона дозволяє урядам надавати своєчасні оновлення, вирішувати проблеми та боротися з дезінформацією. Добре керована цифрова присутність може пом'якшити репутаційну шкоду в складні часи [18].

В епоху впливових людей у соціальних мережах особи, які мають значну кількість підписників в Інтернеті, можуть стати ненавмисними дипломатами. Співпраця між урядами та впливовими особами може стратегічно сформувати наратив навколо країни. Залучення впливових осіб може гуманізувати націю, зробивши її привабливою для різноманітної глобальної аудиторії.

Соціальні мережі сприяють прямій взаємодії між громадянами та політиками. Громадські настрої, висловлені на цих платформах, можуть стати цінним відгуком для урядів, допомагаючи їм зрозуміти міжнародне сприйняття та відповідно скоригувати політику. Такий двосторонній зв'язок сприяє створенню більш чутливої та підзвітної моделі управління [4].

Вплив соціальних мереж на імідж країни незаперечний. У епоху цифрових технологій сприйняття формується не лише офіційними заявами, а й

колективним голосом людей на цих платформах. Уряди, політики та громадяни повинні визнати силу соціальних медіа у формуванні міжнародних наративів і співпрацювати, щоб використовувати їхній потенціал для сприяння розумінню, співпраці та більшій взаємопов'язаній глобальній спільноті. Оскільки соціальні мережі продовжують розвиватися, їхня роль у формуванні іміджу націй, безсумнівно, залишатиметься динамічною та впливовою силою у сфері міжнародних відносин [34,с.235].

Успішне створення іміджу та управління ним передбачає динамічну взаємодію між стратегічним плануванням, ефективним спілкуванням і використанням відповідних технологій. Ці етапи та технології формують комплексний підхід до створення та підтримки позитивного та впливового іміджу країни чи окремої людини.



Рисунок 2.1 Технології, які формують комплексний підхід до створення іміджу країни або людини

Примітка: створено автором на основі джерела [35].

Платформи соціальних мереж відіграють ключову роль у формуванні іміджу, надаючи прямий канал для спілкування з глобальною аудиторією. Вони забезпечують взаємодію в реальному часі, розповсюдження контенту та здатність оперативно вирішувати проблеми. Партнерство з впливовими особами на таких платформах, як Instagram і YouTube, може посилити імідж та охопити певну демографію. Такі платформи, як Facebook і LinkedIn, пропонують можливості для створення спільноти, забезпечуючи безпосередню взаємодію з різними зацікавленими сторонами.

Наступною технологією є штучний інтелект (AI) і машинне навчання (ML), які набирають все більшої популярності, тому що технології штучного інтелекту та машинного навчання сприяють формуванню іміджу за допомогою розширеної аналітики, прогностичного моделювання та автоматизації. Вони дозволяють приймати рішення на основі даних і створювати персоналізовані комунікаційні стратегії. Алгоритми штучного інтелекту можуть аналізувати тенденції та прогнозувати потенційні зміни у сприйнятті громадськості, що дозволяє проактивно керувати іміджем [35].

Доповнена реальність (AR) і віртуальна реальність (VR) пропонують також захоплюючий досвід, який можна використовувати для формування іміджу для створення захоплюючих оповідань, демонстрації культурних аспектів і створення віртуальних турів напрямками. Країни або організації можуть використовувати VR, щоб забезпечити віртуальні тури визначними пам'ятками, культурними експонатами та туристичними напрямками, посилюючи віртуальну присутність. Кампанії доповненої реальності, такі як інтерактивні фільтри в соціальних мережах, можна використовувати для залучення користувачів і просування бренду.

Також можна використовувати технологію блокчейн для прозорості та автентичності, забезпечуючи достовірність інформації та транзакцій, пов'язаних із іміджем країни чи особи. Блокчейн можна використовувати для перевірки та захисту даних, таких як сертифікати, нагороди та досягнення, сприяючи створенню надійного іміджу. Також автоматизація за допомогою

смарт-контрактів може оптимізувати угоди та партнерства, підвищуючи надійність зобов'язань.

Оскільки формування іміджу часто значною мірою залежить від цифрових платформ, надійні заходи кібербезпеки мають вирішальне значення для захисту від онлайн-загроз, витоків даних і кампаній з дезінформації. Заходи кібербезпеки допомагають захистити цифрові активи, запобігаючи несанкціонованому використанню або втручанню, яке може зашкодити зображенню. Наявність чітко визначеного плану реагування на інциденти допомагає керувати та пом'якшувати вплив інцидентів кібербезпеки на зображення.

Використання стійких практик і зелених технологій позитивно впливає на імідж, демонструючи відданість екологічній відповідальності. Висвітлення екологічно чистих практик, таких як впровадження відновлюваних джерел енергії та зусилля щодо збереження, може покращити імідж.

При формуванні іміджу надзвичайно важливим є конфіденційність даних і етичні міркування. Дотримання етичних стандартів і забезпечення конфіденційності даних мають вирішальне значення для формування іміджу, оскільки довіра має першочергове значення для позитивного сприйняття. Прозорість у комунікації та етична поведінка сприяють зміцненню довіри та позитивного іміджу. Дотримання законів про захист даних і етичних принципів забезпечує відповідальне управління іміджем.

Таким чином, технологічний ландшафт, що розвивається, відіграє вирішальну роль у формуванні та управлінні іміджем країн і окремих людей. Стратегічне використання цих технологій із акцентом на прозорість, взаємодію та етичні міркування сприяє успішному формуванню та підтриманню позитивного та впливового іміджу.

Соціальні медіа демократизують доступ до інформації, дозволяючи країнам з обмеженим охопленням традиційних медіа мати право голосу на глобальній арені. Менші країни можуть використовувати ці платформи, щоб

ділитися своїми історіями, перспективами та внесками, кидаючи виклик традиційному домінуванню великих націй у формуванні глобальних наративів.

## **2.2 Формування іміджу України в інформаційному просторі закордонних держав**

Станом на 2014 рік Україна зіткнулася зі значними викликами, включаючи анексію Криму Росією та конфлікт на сході України. У відповідь на ці виклики Україна запровадила різні стратегії для формування свого іміджу на міжнародній арені.

Розуміючи важливість ефективної кризової комунікації, Україна розробила комплексну стратегію подолання викликів, пов'язаних з анексією Криму та конфліктом на Сході. Це передбачало оперативне та прозоре реагування на події, протидію неправдивим наративам і підтримку відкритих комунікацій з міжнародними ЗМІ. Таким чином Україна намагалася сформуванати наратив навколо своєї ситуації, сприяючи тонкому розумінню серед світової аудиторії.

Україна намагається побудувати наратив, який підкреслює її відданість демократичним цінностям, суверенітету та територіальній цілісності. Було докладено зусиль, щоб донести свою точку зору щодо конфлікту на сході України та анексії Криму [1]

Визнаючи вплив дезінформації, Україна активно бере участь у боротьбі з неправдивими наративами та висвітлює правду за допомогою ініціатив із перевірки фактів та стратегічної комунікації.

Україна популяризувала свою багату культурну спадщину через культурні заходи, фестивалі та обміни. Ці ініціативи мають на меті сприяти глибшому розумінню української культури та традицій серед іноземної аудиторії.

Підтримка українських художників, кінематографістів і музикантів була використана як засіб для демонстрації креативності та різноманітності країни.

Україна активно співпрацює з міжнародними партнерами, шукаючи підтримки своєї територіальної цілісності та зусиль із вирішення конфлікту на сході України дипломатичними засобами. Активна участь у міжнародних організаціях, таких як Організація Об'єднаних Націй та Європейський Союз, була ключовим аспектом стратегії України щодо зміцнення її глобальної позиції.

Україна надала допомогу внутрішньо переміщеним особам, які постраждали внаслідок конфлікту. Висвітлення цих гуманітарних зусиль має на меті заручитися міжнародною підтримкою та співчуттям.

Залучення світової спільноти до надання фінансової та гуманітарної допомоги для подолання наслідків конфлікту було частиною стратегії формування іміджу України.

Демонстрація відданості внутрішнім реформам у таких сферах, як управління, боротьба з корупцією та економічний розвиток, є частиною створення позитивного іміджу сучасної та прогресивної України.

У 2022 році Україна зміцнила свій національний бренд у світі. Про це свідчать дані деяких впливових міжнародних рейтингів та індексів. У часи кризи імідж і репутація країни важливі як ніколи, оскільки вони є одним із факторів, що визначають її вплив і довіру до неї у світі. На глобальному ринку це один із найважливіших активів будь-якої країни, який допомагає залучати інвестиції, туристичні потоки, глобальні таланти тощо в мирний час.

Понад 15 років щорічне дослідження Anholt-Ipsos Nation Brands Index (NBI) вимірювало сприйняття націй у всьому світі. 2023 рік став новим роком для NBI: Японія випередила Німеччину та стала першою країною, окрім США та Німеччини, яка посіла перше місце. У першій десятці рейтингу спостерігалось більше змін: Великобританія (Додаток 6), США та Австралія піднялися вгору, а Італія, Франція та Швеція впали. Німеччина опустилася на друге місце вперше з 2016 року. Франція опустилася з 5-го на 8-ме, це найнижче місце за всю історію рейтингу.

Підкреслення верховенства права та дотримання демократичних принципів було також важливим для представлення України як відповідального та підзвітного суб'єкта на світовій арені. Україна використовує платформи соціальних медіа для безпосереднього спілкування з глобальною аудиторією, обміну інформацією та протидії дезінформації. Використання онлайн-платформ для охоплення, включаючи офіційні веб-сайти, блоги та мультимедійний контент, є частиною зусиль країни в галузі цифрової дипломатії.

Українська діаспора відіграє значну роль у відстоюванні інтересів України за кордоном. Уряд працював над тим, щоб залучити та мобілізувати українську діаспору для підтримки. Реалізація кампаній зі зв'язків з громадськістю для представлення позитивного та точного образу України в міжнародних ЗМІ [41].

Обізнаність, вплив і репутація України значно зросла. У Global Soft Power Index за 2023 рік Україна посіла безпрецедентне 37 місце зі 121 країни. Україна вперше за всю історію рейтингу потрапила до топ-20 найвпливовіших країн світу згідно з Perceived Influence Index. Індекс м'якої сили України за останній рік зріс на 10 пунктів (індекс м'якої сили – 44,3 бала), що є вищим показником, ніж будь-яка інша країна в дослідженні, головним чином через значне зростання її впливу у світі. Україна привернула велику увагу світової громадськості та стала третьою країною, яка привернула увагу інших країн. Україна також показала хороші результати у сфері державного управління, посівши 12 місце в рейтингу «Присутність авторитетних міжнародних лідерів».

У Global Soft Power Index 2022 Україна піднялася на 10 позицій — зі 61 на 51 місце. Інше дослідження, проведене Brand Finance у березні 2022, показало, що впізнаваність України зросла на 44%, її вплив на 24%, а її репутація на 12%, на додаток до інших показників, таких як наявність авторитетних лідерів, верховенство права та прав людини, а також наявність надійних ЗМІ (Додаток 4).

У Anholt-Ipsos Nation Brands Index 2022 Україна піднялася на одну сходинку до 47-го місця, демонструючи стабільне загальне зростання з 2014

року. Україна досягла значного прогресу в таких сферах, як управління, експорт і люди (Додаток 5).

Україна продемонструвала найвищий ріст врядування, що визначається як сприйняття компетентності та доброчесності уряду, а також ставлення до громадян і повага до їхніх прав. Ставлення до українського експорту також покращилося: Україна піднялася з 46 місця у 2021 році на 34 місце у 2022 році за бажанням людей купувати українські товари та послуги. Також зросло загальне бажання дружити з українцями чи наймати на роботу. Індeksi таких аспектів, як імміграція, інвестиції та туризм, природним чином знизилися.

В U.S. News Best Countries Rankings Україна у 2022 році піднялася на 9 позицій і посідає 62 місце. Світове ставлення до України як до важливого міжнародного гравця значно покращилося. У рейтингу міжнародно впливових країн Україна посідає 14 місце, піднявшись на 19 сходинок. Політичний вплив України респонденти оцінили на 54 бали зі 100, а військову міць – на 65,6. Крім того, визнання України членом потужного міжнародного альянсу зросло втричі порівняно з 2021 роком.

Важливість національного брендингу така ж, як і корпоративного брендингу. Завдяки сильному бренду, який позитивно впізнають люди, споживачі з більшою ймовірністю купуватимуть товари цього бренду. Те ж саме стосується і країн. Позитивний бренд країни може принести інвестиції, туристичний потік, глобальні таланти, а отже, економічне зростання.

Сила бренду країни вимірюється за допомогою безлічі показників і показників. Наприклад, Brand Finance, провідна світова консалтингова компанія з оцінки брендів, використовує такі показники для вимірювання брендів країни:

- Інвестиції в бренд – сума інвестицій, які країна робить у свій національний бренд, зокрема у сферах бізнесу та торгівлі, управління, міжнародних відносин, культури та спадщини, ЗМІ та комунікацій, освіти та науки, людей та цінностей.
- Світове визнання країни, це найважливіший показник, який становить 50% оцінки сили національного бренду

- Ефективність національного бренду (ефективність національного бренду) - оцінює фактичну ситуацію в макроекономіці та 4 основних бізнес-сфери, де національний бренд має найбільш вирішальний вплив - торгівля, інвестиції, туризм і залучення талантів.

Після подій 2014 року інформаційна політика України характеризується адаптивністю, стійкістю та активним залученням до світової спільноти. Завдяки поєднанню цифрової дипломатії, кризової комунікації, культурних ініціатив, міжнародного партнерства, гуманітарних зусиль, економічної дипломатії та освітніх програм Україна намагається представити світові вичерпний і позитивний наратив. Хоча виклики залишаються, ці стратегічні зусилля відіграли вирішальну роль у впливі на міжнародне сприйняття та зміцненні підтримки України на світовій арені. Оскільки нація продовжує рухатися вперед, формування її іміджу залишається динамічним і безперервним процесом, що символізує прагнення України до прозорості, співпраці та спільного глобального майбутнього.

У таблиці 2.1 містить широкий огляд, і кожен аспект може бути детально описаний на основі конкретних подій, політики та міжнародної реакції. Імідж країни дуже динамічний, на нього впливають геополітичні події, дії уряду та глобальне сприйняття. Для всебічного розуміння іміджу України в часі важливо розглянути низку перспектив і джерел.

Таблиця 2.2 Порівняльна таблиця іміджу України:

Аспект	Імідж України до 2014 року	Імідж України після 2014 року
Політична стабільність	Відносно стабільна з постійними політичними та економічними проблемами	Періоди політичних потрясінь, анексії Криму та конфлікту на сході України вплинули на стабільність

Міжнародні зв'язки	Збалансовані відносини з різними глобальними гравцями	Посилення уваги до відносин із західними країнами, пошук підтримки проти російської агресії
Економічне сприйняття	Змішані економічні показники з проблемами	Економічні проблеми залишаються, але наголошується на зусиллях щодо реформ і розвитку
Культурна дипломатія	Багата культурна спадщина популяризується на міжнародному рівні	Постійний наголос на культурній дипломатії для протидії негативним наративам і сприяння різноманітності
Конфліктна Ситуація	Жодних поточних великих конфліктів	Триваючий конфлікт на сході України та анексія Криму сформували міжнародне сприйняття
Глобальне Залучення	Співпрацює з Міжнародними організаціями та партнерствами	Посилення уваги до альянсів з Європейським Союзом і НАТО; шукає підтримки на світовій арені
Вплив ЗМІ	Медіаландшафт відносно різноманітний	Зусилля щодо протидії дезінформації та впливу на наративи глобальних ЗМІ
Гуманітарні Зусилля	Обмежені гуманітарні Кризи	Гуманітарні зусилля для подолання наслідків конфлікту та переміщення
Залучення Діаспори	Займався українською діаспорою	Збільшення опори на діаспору для захисту та підтримки
Імідж виклики	Економічна боротьба, сприйняття корупції	Проблеми іміджу включають сприйняття конфлікту, кампанії з дезінформації та геополітичну напруженість
Цифрова Дипломатія	Обмежені стратегії цифрової дипломатії	Активне використання соціальних медіа та онлайн-платформ для дипломатичної комунікації та інформування

Примітка: складено автором на основі джерела [1].

Окрім геополітичних міркувань, Україна визнала важливість культурної дипломатії для формування позитивного сприйняття за кордоном. Країна активно пропагувала свою багату культурну спадщину через різноманітні ініціативи, включаючи культурні заходи, обміни з іноземними митцями та співпрацю з міжнародними установами. Демонструючи своє мистецьке та історичне багатство, Україна мала на меті представити багатогранний образ, який виходить за межі безпосередніх викликів, з якими вона зіткнулася.

Україна стратегічно прагнула до партнерства з іноземними урядами, неурядовими організаціями та міжнародними організаціями. Активно долучаючись до дипломатичних ініціатив, беручи участь у миротворчих місіях, беручи участь у міжнародних форумах, Україна позиціонувала себе як відповідального та готового до співпраці члена світової спільноти. Розвиваючи співпрацю на різних фронтах, Україна прагнула зміцнити свій глобальний авторитет і заручитися підтримкою однодумців [6,с.167].

Визнаючи гуманітарні наслідки конфлікту, Україна віддала пріоритет ініціативам щодо задоволення потреб внутрішньо переміщених осіб та тих, хто постраждав від кризи. Демонструючи відданість правам людини та добробуту своїх громадян, Україна прагнула викликати співчуття та підтримку міжнародної спільноти. Ці гуманітарні зусилля були невід'ємною частиною формування позитивного іміджу, який виходив за межі геополітичних міркувань.

Усвідомлюючи взаємозв'язок економічних і політичних факторів, Україна активно здійснювала економічну дипломатію. Шукаючи іноземні інвестиції, розширюючи торговельні партнерства та беручи участь у міжнародних економічних форумах, Україна прагнула продемонструвати економічну стійкість і потенціал. Позиціонуючи себе як надійного та привабливого партнера, країна прагнула зміцнити довіру та сприяти міжнародній підтримці.

Невід'ємним аспектом інформаційної політики України було сприяння освіті її історії та контексту. Нація прагнула розвіяти міфи, надати точні історичні наративи та заохотити детальне розуміння своїх проблем.

Запроваджуючи стипендії, програми обміну та освітні партнерства, Україна сприяла двосторонньому потоку інформації, сприяючи підвищенню глобальної обізнаності та співпраці [42,с.85].

Підкреслення верховенства права та дотримання демократичних принципів було також важливим для представлення України як відповідального та підзвітного суб'єкта на світовій арені. Україна використовує платформи соціальних медіа для безпосереднього спілкування з глобальною аудиторією, обміну інформацією та протидії дезінформації. Використання онлайн-платформ для охоплення, включаючи офіційні веб-сайти, блоги та мультимедійний контент, є частиною зусиль країни в галузі цифрової дипломатії.

## **РОЗДІЛ III ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ УКРАЇНИ В СФЕРІ МІЖНАРОДНОГО-УПРАВЛІННІ ДІЯЛЬНОСТІ**

### **3.1 Адаптація міжнародного досвіду при формуванні іміджу України**

Брендинг нації виходить за рамки простих гасел і логотипів; це передбачає створення цілісного та автентичного образу країни, який резонує як з внутрішньою, так і з міжнародною аудиторією. Подібно до того, як добре проведена маркетингова кампанія може підвищити репутацію продукту, ефективний національний брендинг має на меті створити позитивне сприйняття країни, впливаючи на те, як її сприймає світ [43].

Одним із фундаментальних принципів маркетингу є розуміння цільової аудиторії, і це також справедливо для національного брендингу. Країни повинні визначити своїх ключових зацікавлених сторін, будь то потенційні туристи, інвестори чи дипломатичні партнери. Пристосування повідомлень і стратегій, щоб резонувати з цією конкретною аудиторією, гарантує, що імідж країни відповідає очікуванням та інтересам її цільової демографії.

Маркетинг відіграє ключову роль у використанні м'якої сили країни, демонструючи її культурне багатство, цінності та досягнення. Культурна дипломатія, міжнародна співпраця та сприяння мистецтву, музиці та літературі – усе це елементи комплексної маркетингової стратегії, спрямованої на посилення м'якої сили нації.

Переконливе оповідання є наріжним каменем ефективного маркетингу, і той самий принцип застосовується до національного брендингу. Країни все більше визнають силу нарративу у формуванні сприйняття. Створюючи послідовну та захоплюючу історію про свою історію, цінності та прагнення, нації можуть створити оповідь, яка резонує з глобальною спільнотою, сприяючи почуттю ідентичності та зв'язку.

В епоху домінування цифрових комунікацій країни звертаються до цифрової дипломатії, щоб сформувати свій імідж. Платформи соціальних мереж, офіційні веб-сайти та цифрові кампанії є прямим каналом взаємодії з глобальною аудиторією. Завдяки створенню стратегічного контенту, взаємодії в

Інтернеті та спілкуванню в реальному часі країни можуть активно керувати своєю присутністю в Інтернеті, розвіювати дезінформацію та розвивати позитивний цифровий імідж.

Подібно до того, як корпорації часто співпрацюють із впливовими особами та лідерами галузі для ефективного маркетингу, країни налагоджують партнерські відносини з впливовими особами та організаціями, щоб покращити свій імідж. Це може включати співпрацю з міжнародними знаменитостями, участь у глобальних заходах або партнерство з відомими неурядовими організаціями. Ця співпраця не тільки розширює охоплення країни, але й сприяє формуванню позитивного та динамічного іміджу.

У світі маркетингу ефективний антикризовий менеджмент має важливе значення для збереження репутації бренду. Так само країни повинні бути готові долати кризи та негативні події, які можуть вплинути на їхній імідж. Швидка та прозора комунікація в поєднанні з коригувальними діями може пом'якшити шкоду та сприяти відновленню довіри на глобальній арені [44,с.115].

Подібно до того, як компанії покладаються на ключові показники ефективності (KPI) для вимірювання успіху маркетингових кампаній, країни повинні встановити метрику для оцінки ефективності своїх зусиль з національного брендингу. Вони можуть включати показники, пов'язані з цифрами туризму, прямими іноземними інвестиціями, глобальними дослідженнями сприйняття та залученням соціальних мереж.

Країни стратегічно формують свій міжнародний імідж, щоб підвищити свій глобальний авторитет, вплив і репутацію. Це передбачає ретельну розробку наративів, участь у публічній дипломатії та використання різних засобів для передачі конкретного образу міжнародній спільноті.

Нище наведено описи кількох країн, які досягли успіху у формуванні та управлінні своїм міжнародним іміджем:

Сполучені Штати Америки є майстром у формуванні та створенні свого міжнародного іміджу. Завдяки потужному поєднанню культурного експорту, економічного впливу та військової сили США рекламують себе як символ

демократії, інновацій та свободи. Голлівудські фільми, американська музика та культові бренди сприяють світовому сприйняттю США як країни можливостей.

Стратегічно створила міжнародний імідж й Японія, який зосереджений навколо технологій, точності та традиційної культури. Кампанія «Cool Japan» демонструє інноваційні технологічні досягнення країни, популярну культуру (таку як аніме та манга) та її прагнення зберегти культурну спадщину, зображуючи Японію як гармонійне поєднання сучасності та традицій.

У період після Другої світової війни Німеччина успішно ребрендингувала себе, наголошуючи на ефективності, технологічній майстерності та відданості екологічності. Етикетка «Зроблено в Німеччині» є синонімом якості, а акцент країни на екологічній політиці сприяв створенню іміджу відповідальності та інновацій.

Сінгапур теж стратегічно позиціонує себе як глобальний центр фінансів, технологій і торгівлі. Завдяки ефективному управлінню, міському плануванню та економічній політиці Сінгапур став синонімом добре керованого сучасного міста-держави. Його імідж ще більше покращується завдяки зосередженню на мультикультуралізмі та відданості підтримці чистого та зеленого середовища.

Південна Корея використала свій культурний експорт, відомий як «Корейська хвиля» або «Халлю», для формування свого міжнародного іміджу. К-поп музика, корейські драми та технологічні інновації сприяли зображенню Південної Кореї як динамічної, сучасної та культурно багатой нації.

Швейцарія стратегічно позиціонує себе як нейтральну та мирну країну, наголошуючи на стабільності, точності та фінансовій безпеці. Його міжнародний імідж підкріплюється швейцарськими Альпами, високоякісними годинниками та прихильністю до дипломатичного нейтралітету, що робить його кращим місцем для проведення міжнародних конференцій і переговорів.

Китай активно працював над покращенням свого міжнародного іміджу, демонструючи економічне зростання, технологічний прогрес і культурну спадщину. Ініціатива «Один пояс, один шлях» і проведення великих міжнародних подій, таких як Олімпійські ігри в Пекіні, є прикладами зусиль

Китаю позиціонувати себе як світового лідера як в економічному, так і в дипломатичному плані.

Ці країни демонструють, що формування міжнародного іміджу передбачає поєднання економічних, культурних, дипломатичних і стратегічних ініціатив, усі ретельно організовані, щоб представити світові позитивний і переконливий наратив.

У сучасному геополітичному ландшафті маркетинговий підхід до брендингу нації став невід'ємним аспектом дипломатичного інструментарію країни. Використовуючи стратегії, засновані на принципах маркетингу, країни можуть сформувати позитивний і автентичний імідж, який резонує з глобальною спільнотою. У міру того як світ стає все більш взаємопов'язаним, постійний шлях брендингу нації розвиватиметься, створюючи нові можливості та виклики для країн, які прагнуть позитивно позиціонувати себе на глобальній арені. Завдяки стратегічному та продуманому маркетингу країни можуть орієнтуватися в цьому ландшафті та будувати тривалі зв'язки зі світом.

Імідж нації на світовій арені відіграє ключову роль у формуванні міжнародного сприйняття, впливаючи на все: від туризму й торгівлі до дипломатичних відносин. Усвідомлюючи важливість позитивного національного іміджу, країни все більше інвестують у стратегії підвищення свого престижу та репутації. У цій статті ми досліджуємо різні підходи та ініціативи, які країни можуть прийняти для покращення свого іміджу та сприяння позитивному сприйняттю в усьому світі.

Культурна дипломатія є потужним інструментом для покращення іміджу країни. Демонструючи багату культурну спадщину нації через мистецтво, музику, літературу та традиції, країни можуть створити наратив, який резонує з глобальною аудиторією. Програми культурного обміну, міжнародні фестивалі та співпраця з іноземними митцями сприяють більш відтінковому та позитивному сприйняттю нації [45].

Туризм є не лише рушійною силою економіки, але й засобом демонстрації різноманітних ландшафтів країни, історичних місць і яскравої

культури. Інвестиції в кампанії з просування туризму, покращення інфраструктури та створення сприятливого середовища для відвідувачів можуть значно сприяти створенню позитивного іміджу. Задоволені туристи часто стають амбасадорами, діляться своїм позитивним досвідом і враженнями зі світовою аудиторією.

В епоху зростання екологічної обізнаності, прихильність країни до сталого розвитку та піклування про довкілля може значно покращити її імідж. Реалізація екологічної політики, зусилля щодо збереження та участь у міжнародних кліматичних угодах демонструють відданість нації глобальному добробуту та відповідальному управлінню.

Довіра є ключовим елементом формування позитивного іміджу. Країни, які надають пріоритет прозорості, підзвітності та належному управлінню, ймовірно, будуть сприйняті більш прихильно. Відкрите спілкування, антикорупційні заходи та ефективні інституції сприяють розбудові довіри не лише між громадянами, а й на міжнародній арені.

Інвестиції в освіту та інновації не тільки зміцнюють інтелектуальний капітал країни, але й сприяють створенню позитивного глобального іміджу. Створення освітніх закладів світового рівня, сприяння дослідженням і розробкам, а також підтримка інновацій створюють наратив перспективної та прогресивної нації.

Активна участь у міжнародних форумах, співпраці та дипломатичних ініціативах сприяє розвитку почуття глобальної співпраці. Роблячи внесок у миротворчі місії, беручи участь у гуманітарних зусиллях і підтримуючи міжнародний розвиток, країна позиціонує себе як відповідального та заангажованого члена світової спільноти.

В епоху технологій цифрова дипломатія має вирішальне значення для управління іміджем країни. Використання соціальних мереж, офіційних веб-сайтів і цифрових кампаній дозволяє націям спілкуватися безпосередньо з глобальною аудиторією. Захоплюючий вміст, оновлення в режимі реального

часу та проактивна реакція на онлайн-обговорення сприяють позитивній присутності в Інтернеті [46,с.114].

Кожна країна стикається з викликами, але те, як вони реагують на кризи, може суттєво вплинути на їх імідж. Швидке та ефективне управління кризою в поєднанні з прозорою комунікацією може перетворити виклики на можливості для демонстрації стійкості та лідерства. Щире визнання проблем і прагнення знайти рішення сприяють відновленню довіри.

Відзначення та просування інклюзивності та різноманітності може позитивно вплинути на сприйняття країни. Реалізація політики, яка охоплює різні культури, релігії та погляди, посиляє міжнародному співтовариству сильний сигнал толерантності та прийняття.

Покращення іміджу країни не є завданням лише уряду; це потребує колективних зусиль громадян, бізнесу та установ. Дотримуючись прозорості, інвестуючи в культуру та освіту та беручи активну участь у глобальних ініціативах, країни можуть створити позитивний і тривалий імідж, який резонує зі світом. У взаємопов'язаному світі підвищення іміджу країни – це не лише питання національної гордості; це інвестиція в світліше глобальне майбутнє, яке базується на більшій співпраці.

В епоху глобалізації міжнародний імідж країни має величезне значення, впливаючи на дипломатичні відносини, торгове партнерство і навіть на потік туризму. Розуміння практичних аспектів аналізу та управління цим іміджем має вирішальне значення для націй, які прагнуть орієнтуватися в складній динаміці глобальної арени. У цій статті ми заглибимося в практичні аспекти оцінки та підвищення міжнародного іміджу країни [47].

Одним із практичних підходів до визначення міжнародного іміджу країни є проведення глобальних опитувань сприйняття. Такі організації, як Gallup, Pew Research Center та інші, регулярно проводять опитування, які оцінюють громадську думку про країни. Ці опитування охоплюють низку тем, зокрема політичне лідерство, економічну стабільність, культурний внесок і загальну

прихильність. Аналіз результатів дає цінну інформацію про сильні та слабкі сторони іміджу країни на світовій арені.

ЗМІ відіграють ключову роль у формуванні міжнародного сприйняття. Моніторинг висвітлення в міжнародних ЗМІ дає можливість у реальному часі зрозуміти, як країна зображується та обговорюється. Аналіз новинних статей, публікацій і тенденцій у соціальних мережах дозволяє країнам виявляти нові наративи, реагувати на дезінформацію та активно формувати свій імідж за допомогою стратегічної комунікації.

Якість дипломатичних відносин країни часто відображає її міжнародний імідж. Аналіз тону та результатів дипломатичних відносин дає змогу зрозуміти, як націю сприймають її однолітки. Позитивні дипломатичні відносини, активна участь у міжнародних форумах та успішна співпраця сприяють сприятливому міжнародному іміджу.

Економічна стабільність і результативність є невід'ємними складовими іміджу країни. Окрім традиційних економічних показників, таких як ВВП, такі фактори, як прямі іноземні інвестиції (ПІІ), торговельні баланси та кредитні рейтинги, пропонують практичне розуміння того, як міжнародна спільнота сприймає економічний стан країни та інвестиційний клімат.

Статистика туризму є відчутним відображенням міжнародного іміджу країни. Моніторинг прибуття туристів, рівня задоволеності та доходів від туризму дає практичні дані про те, наскільки країна приваблива для відвідувачів. Позитивний досвід, яким діляться туристи, сприяє створенню сприятливого іміджу, тоді як негативні відгуки можуть сигналізувати про те, що потрібно покращити [48].

Кожна країна колись стикається з кризами чи викликами. Те, як нація реагує на ці ситуації, суттєво впливає на її міжнародний імідж. Аналіз стратегій реагування на кризу, ефективності комунікації та подальшого сприйняття світовою спільнотою може дати уявлення про стійкість країни та можливості управління кризою.

М'яка сила, здатність впливати через привабливість і переконання, є ключовим аспектом міжнародного іміджу країни. Аналіз впливу культурних ініціатив, мовних програм і глобального охоплення національних ЗМІ та розваг допомагає оцінити ефективність м'якої сили у формуванні сприйняття.

В епоху цифрової дипломатії платформи соціальних мереж служать динамічними аренами для публічного дискурсу. Аналіз аналітики соціальних медіа, включаючи рівень залученості, аналіз настроїв і актуальні теми, дає змогу в реальному часі зрозуміти, як сприймають країну в Інтернеті. Активна участь і стратегічне використання цифрових платформ можуть позитивно вплинути на міжнародні розмови.

Оцінка позиції країни в освітніх та інноваційних рейтингах дає змогу зрозуміти її інтелектуальний капітал і майбутній потенціал. Високоякісні системи освіти, наукові дослідження та інноваційні екосистеми позитивно впливають на міжнародний імідж країни. Проактивно керуючи своїм іміджем за допомогою стратегічних комунікацій, культурних ініціатив і реагування на кризи, країни можуть орієнтуватися в складній динаміці міжнародної арени та створювати позитивний і довготривалий імідж на глобальній арені.

### **3.2 Напрями удосконалення внутрішнього та зовнішнього іміджу України**

Міжнародний імідж України пов'язаний із подоланням системних проблем, які перешкоджають згаданим процесам, набувають нових форм і символів під час змін політичних еліт, надзвичайних ситуацій (пандемії, війни). На основі розгляду існуючих проблем у цій сфері та на основі даних наукового аналізу та досліджень ми сформулюємо шляхи вдосконалення рівня міжнародного іміджу України.

Важливим напрямком покращення міжнародного іміджу України є продовження судової реформи, яка має багато переваг, але має й проблеми. Зокрема, пропонуються зміни до конкурсу з відбору персоналу ВККС, який експерти та аналітики вважають суб'єктивним. Природа суб'єктивності

пов'язана з тим, що даний конкурс не містить певних тестів, психологічних оцінок.

Наступним актуальним напрямком покращення міжнародного іміджу України може виступати створення нової незалежної моделі відносин на рівні антикорупційних органів та органів влади в країні.

Вирішення вказаної проблеми необхідне для забезпечення контролю всіх інститутів управління, підприємств суспільного інтересу (в тому числі державних підприємств), взаємодії із міжнародними партнерами. Вказана взаємодія може стосуватись контролю використання коштів з боку міжнародних організацій, бюджетів країн, необхідних для вирішення проблем в сфері оборони, фінансування соціального сектору, для заходів із повоєнного відновлення інфраструктури держави).

Третім напрямком вдосконалення міжнародного іміджу України може бути покращення рівня відкритості інформації, що стосується суспільно важливих процесів, подій, транзакцій, які стосуються використання коштів державного бюджету різних рівнів, місцевих бюджетів, коштів міжнародних органів, коштів бюджетів інших країн в межах певних програм підтримки України в період війни та в повоєнний стан; даних про торги; інформації про операції із певними видами ресурсів, які підлягають контролю (зокрема, із деревиною). Як показують дані спільного проекту USAID/UK та Міністерства цифрової трансформації, відсутність відкритості інформаційних даних стосовно операцій, їх нелегальний характер впливають на виникнення: економічних збитків міжнародних скандалів, які обумовлюють втрату репутації 66 вітчизняних виробників, зниження міжнародного іміджу держави. В рамках вказаної взаємодії показано негативні наслідки від нелегального експорту деревини.

Четвертим напрямком в площині покращення іміджу України в міжнародному просторі може виступати встановлення та реалізація стратегічних заходів, пов'язаних із застосуванням інклюзивності та соціальної орієнтованості у здійсненні відбудови зруйнованих об'єктів житлової,

соціальної інфраструктури у повоєнні часи, створенням можливості використання джерел відновлюваної енергетики.

Культурна дипломатія відіграла вирішальну роль у формуванні міжнародного іміджу України. Країна активно бере участь у культурних обмінах, бере участь у міжнародних мистецьких заходах та популяризує свою багату культурну спадщину. Ці ініціативи сприяли більш тонкому розумінню України поза межами геополітичних викликів, з якими вона стикається[49].

Економічна стійкість України перед обличчям викликів була помітним аспектом її міжнародного іміджу. Незважаючи на економічні труднощі, країна продемонструвала відданість реформам і відкритості, залучаючи іноземні інвестиції та розвиваючи торговельні партнерства.

Використання цифрових платформ для дипломатії та спілкування зростає. Україна активно використовує соціальні медіа та офіційні веб-сайти для обміну інформацією, протидії дезінформації та взаємодії зі світовою спільнотою. Цифрова дипломатія відіграє вирішальну роль у формуванні нарративу та протидії негативному сприйняттю.

Тривала відданість політичним та економічним реформам буде важливою для формування позитивного міжнародного іміджу України. Боротьба з корупцією, зміцнення верховенства права та покращення бізнес-клімату сприятимуть підвищенню довіри з боку міжнародної спільноти.

Вирішення конфлікту на Сході України є першочерговим для реабілітації іміджу країни. Міжнародні зусилля та дипломатичні ініціативи, спрямовані на пошук мирного рішення, матимуть вирішальне значення для формування позитивного сприйняття України як стабільної та безпечної нації [14].

Диверсифікація економіки та сприяння інноваціям підвищать привабливість України для інвесторів. Зосередження на таких секторах, як технології, відновлювані джерела енергії та сільське господарство, може сприяти економічному зростанню та позитивно вплинути на світовий статус країни.

Постійний наголос на культурній дипломатії та обмінах сприятиме демонстрації багатой спадщини України. Співпраця з міжнародними митцями, участь у світових культурних заходах, популяризація українського мистецтва та традицій можуть сприяти створенню більш позитивного та багатогранного іміджу [50,с.93].

Зі зростанням глобальної стурбованості екологічною стійкістю Україна має можливість позиціонувати себе як лідера в кліматичних та екологічних ініціативах. Запровадження зелених технологій, впровадження природоохоронних заходів та активна участь у міжнародних екологічних угодах можуть позитивно вплинути на імідж країни [9,с.125].

Активна участь у гуманітарних ініціативах, як усередині країни, так і на міжнародному рівні, може продемонструвати прихильність України правам людини та соціальному добробуту. Зусилля щодо задоволення потреб внутрішньо переміщених осіб та вразливих верств населення сприяють створенню позитивного міжнародного іміджу.

У складному ландшафті сучасного управління імідж нації залежить не лише від зовнішнього сприйняття, але й глибоко переплетений із внутрішньою динамікою. Синергія між внутрішнім і зовнішнім формуванням іміджу має вирішальне значення для виховання національної гордості, залучення інвестицій і побудови позитивних дипломатичних відносин. У цьому обширному дослідженні ми заглибимося в безліч стратегій, які країни можуть застосувати для покращення свого внутрішнього та зовнішнього іміджу [51].

Прозорий і підзвітний уряд є основою позитивного внутрішнього іміджу. Запровадження заходів, які забезпечують відкритість у прийнятті рішень, ефективну комунікацію та підзвітність, зміцнює довіру між громадянами. Це, у свою чергу, сприяє виникненню почуття громадянської гордості та довіри до влади.

Інвестиції в програми соціального забезпечення, спрямовані на охорону здоров'я, освіту та боротьбу з бідністю, є невід'ємною частиною покращення

внутрішнього іміджу нації. Відчутні покращення якості життя громадян створюють позитивний наратив і сприяють почуттю національного добробуту.

Розширення можливостей громадян через ініціативи щодо залучення громадян, врядування за участю та громадські форуми розвиває почуття власності та причетності. Коли громадяни відчувають, що їхні голоси почуті, а їхня думка має значення, це сприяє позитивному внутрішньому сприйняттю нації [15].

Збереження та популяризація культурної спадщини нації має важливе значення для підвищення внутрішнього іміджу. Відзначення традицій, підтримка мистецтва та демонстрація культурного розмаїття створюють колективне почуття ідентичності та гордості серед громадян.

Інвестування в освіту та програми розвитку навичок дає громадянам інструменти, необхідні для особистого та професійного зростання. Добре освічене та кваліфіковане населення не лише сприяє економічному розвитку, але й сприяє внутрішньому сприйняттю нації як далекоглядної та прогресивної.

Пріоритет екологічної стійкості та впровадження екологічної політики сприяють позитивному внутрішньому іміджу. Громадяни цінують прихильність уряду екологічному добробуту, а такі ініціативи, як природоохоронні проекти та впровадження відновлюваних джерел енергії, позитивно резонують у громадськості.

Створення позитивного зовнішнього іміджу починається з дипломатичної майстерності. Ефективне представництво на міжнародних форумах, участь у дипломатичних ініціативах і співпраця в глобальних питаннях демонструють відданість країни позитивному глобальному внеску.

Стабільна та відкрита економіка є магнітом для іноземних інвестицій і позитивного зовнішнього сприйняття. Реалізація політики, яка сприяє економічній стабільності, зменшує бюрократичні перешкоди та заохочує іноземні інвестиції, створює сприятливий імідж у світовому економічному ландшафті.

В епоху технологій цифрова дипломатія є потужним інструментом для формування зовнішнього сприйняття. Використання соціальних медіа, офіційних веб-сайтів і цифрових кампаній дозволяє націям спілкуватися безпосередньо з глобальною аудиторією, представляючи всьому світу підібраний і позитивний образ.

Налагодження стратегічного партнерства з іншими державами, міжнародними організаціями та неурядовими організаціями сприяє створенню позитивного зовнішнього іміджу. Спільні зусилля в таких сферах, як торгівля, безпека та культурний обмін, демонструють прагнення до глобальної співпраці та взаємної вигоди.

Активна участь у гуманітарних зусиллях на глобальній арені демонструє відданість нації спільним цінностям і глобальному добробуту. Участь у миротворчих місіях, сприяння ліквідації наслідків стихійних лих та вирішення міжнародних криз позитивно формують зовнішній імідж нації.

Культурний експорт, включаючи музику, кіно, літературу та мистецтво, є інструментом м'якої сили для створення позитивного зовнішнього іміджу. Ініціативи культурної дипломатії, співпраця з міжнародними митцями та участь у глобальних культурних подіях підвищують привабливість і вплив нації.

Туризм служить прямим зв'язком між нацією та світовою спільнотою. Проведення ефективних кампаній з просування туризму, покращення інфраструктури та демонстрація унікальних визначних пам'яток сприяють створенню позитивного зовнішнього іміджу, запрошуючи відвідувачів побачити країну з перших вуст [13].

У заплутаному гобелені побудови нації взаємодія між внутрішнім і зовнішнім покращенням іміджу є і мистецтвом, і наукою. Успіх країни в цій справі залежить від цілісного підходу, який відповідає потребам і прагненням її громадян, водночас стратегічно взаємодіючи з глобальною спільнотою. Плекаючи позитивний внутрішній імідж через прозоре управління, соціальне забезпечення та збереження культури, а також одночасно проектуючи позитивний зовнішній імідж через дипломатичну досконалість, економічну

стабільність і проєкцію м'якої сили, нації можуть створити наратив, який позитивно резонує як вдома, так і за кордоном. У цих симбіотичних стосунках нація знаходить не лише своє місце у світовій спільноті, але й почуття колективної гордості та мети серед своїх громадян.

У динамічному ландшафті особистого та корпоративного брендингу сила сприйняття має першорядне значення. Незалежно від того, чи є ви особою, яка прагне покращити свій особистий імідж, чи компанією, яка прагне створити привабливий бренд, принципи успішного створення іміджу мають спільну основу. У цій статті розглядається комплексний набір рекомендацій, які можуть скерувати окремих осіб і компанії у створенні позитивного та вражаючого іміджу.

Таблиця .3.1 Покращення іміджу особистості:

Визначте суть свого бренду	Перш ніж розпочати будь-яку подорож зі створення іміджу, важливо визначити суть вашого бренду чи особистої ідентичності. З якими цінностями, рисами та характеристиками ви хочете асоціюватися? Розуміння вашої основної особистості закладає основу для всіх наступних дій.
Автентичність має значення:	Автентичність є наріжним каменем успішного особистого чи корпоративного іміджу. Люди резонують щирістю та справжніми висловлюваннями. Будьте вірними своїм цінностям і принципам, і дозвольте автентичності пронизувати кожен аспект вашого спілкування та дій.
Послідовна візуальна ідентичність	Для особистих брендів і компаній візуальна ідентичність відіграє вирішальну роль. Від логотипів і колірних схем до особистого стилю та презентації, підтримка узгодженої візуальної ідентичності на всіх платформах сприяє впізнаваності та зміцнює імідж вашого бренду.
Створіть переконливу розповідь	Люди налаштовані реагувати на історії. Створіть переконливу розповідь, яка відповідає суті вашого бренду. Незалежно від того, ділитесь ви особистими анекдотами чи розповідаєте історію подорожі вашої компанії,

	розповіді створюють емоційні зв'язки та сприяють створенню образу, що запам'ятовується.
Опануйте мистецтво спілкування	Ефективна комунікація є запорукою успішного створення іміджу. Відточуйте свої навички спілкування, будь то письмові, усні чи невербальні. Чіткість, емпатія та зрозуміле повідомлення сприяють формуванню позитивного та впливового іміджу
Займайтеся лідерством думки	Як для окремих осіб, так і для компаній, встановлення інтелектуального лідерства робить вас авторитетом у своїй галузі. Діліться думками, беріть участь у галузевих дискусіях і демонструйте свій досвід через блоги, статті та публічні виступи.

Примітка. Складено автором.

Подібно до того, як люди визначають свою сутність, компанії повинні уточнити цінності свого бренду. Що представляє ваша компанія? Які принципи керуються вашими бізнес-рішеннями? Чітке визначення цих цінностей дає дорожню карту для побудови узгодженого іміджу компанії.

Позитивна внутрішня культура випромінює назовні. Компанії з сильною, позитивною культурою приваблюють талановитих співробітників і створюють імідж стабільності та надійності. Розвивайте культуру, яка відповідає цінностям вашого бренду та заохочує залучення працівників [52].

Поставте клієнтів у центр вашої бізнес-стратегії є ключовим. Підхід, орієнтований на клієнта, не тільки покращує ваші продукти чи послуги, але й сприяє створенню позитивного зовнішнього іміджу. Прислухайтеся до відгуків клієнтів, відповідайте на проблеми та демонструйте історії успіху клієнтів.

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) і заходи щодо сталого розвитку стають все більш важливими для створення іміджу. Беріть участь в ініціативах, які сприяють соціальному та екологічному добробуту. Оприлюднення цих зусиль свідчить про прагнення зробити позитивний вплив, окрім прибутку [10].

Стратегічно співпрацюйте з іншими підприємствами, організаціями чи впливовими особами. Стратегічне партнерство може підвищити ваш охоплення,

довіру та імідж. Вибирайте партнерства, які відповідають цінностям вашого бренду та роблять позитивний внесок у загальний наратив.

Подібно до того, як особистий розвиток має вирішальне значення для окремих людей, постійне навчання та можливості розвитку сприяють позитивному іміджу компанії. Кваліфікована та обізнана робоча сила позитивно відображає можливості компанії та її прагнення до досконалості.

Жоден бізнес не застрахований від викликів. Важливо мати надійний план управління кризою. Те, як компанія справляється з кризою, значно впливає на її імідж. Прозорість, своєчасне спілкування та коригувальні дії сприяють відновленню довіри.

Зрештою, основа позитивного корпоративного іміджу ґрунтується на якості продуктів або послуг. Постійне виконання обіцянок, забезпечення досконалості продуктів/послуг і перевищення очікувань клієнтів сприяють створенню позитивного іміджу, який витримує випробування часом [2].

Створення успішного особистого чи корпоративного іміджу — це тривалий шлях, який вимагає наміру, автентичності та здатності до адаптації. Незалежно від того, чи є ви фізичною особою, яка прагне покращити свій особистий бренд, чи компанією, яка прагне створити переконливу ідентичність, ці рекомендації містять вичерпний посібник. Узгоджуючи свої дії зі своїми основними цінностями, послідовно доносячи свою розповідь і віддаючи пріоритет автентичності, ви можете створити позитивний і впливовий образ, який резонуватиме з вашою аудиторією. Пам'ятайте, що в ландшафті сприйняття, що постійно розвивається, сила полягає не лише в тому, що ви говорите, але, що важливіше, у тому, що ви постійно робите.

Сучасний образ держави формується складною взаємодією різноманітних показників, що відображають політичний, економічний, соціальний і культурний ландшафт країни.

Геополітична стабільність є основою позитивного іміджу держави. Країни, які демонструють політичну стабільність і ефективне управління, викликають довіру міжнародної спільноти. Політичні заворушення, часті зміни

керівництва та нестабільна геополітична ситуація можуть мати згубний вплив на імідж держави [11].

Економічне здоров'я нації є центральним чинником її іміджу. Ключові економічні показники, такі як зростання ВВП, рівень зайнятості та фіскальна політика, впливають на сприйняття країни. Економічна стабільність зміцнює довіру між інвесторами, підприємствами та світовою фінансовою спільнотою.

Культурна дипломатія відіграє важливу роль у формуванні іміджу нації. Сприяючи культурним обмінам, демонструючи мистецькі досягнення та вшановуючи спадщину, країна може сформувати тонку та позитивну ідентичність. Культурна дипломатія розвиває почуття спільних цінностей і взаєморозуміння, сприяючи сприятливому міжнародному іміджу.

Повага до прав людини є найважливішим показником морального становища нації. Країни, які твердо дотримуються принципів прав людини, справедливого управління та соціальної справедливості, швидше за все, будуть сприйматися позитивно. Випадки порушення прав людини можуть суттєво заплямувати імідж держави.

У цифрову епоху технологічна майстерність є ключовим показником прогресу держави. Країни, які інвестують у дослідження та розробки, заохочують інновації та впроваджують передові технології, часто вважаються лідерами у світовому ландшафті. Технологічні досягнення сприяють формуванню позитивного та перспективного іміджу [12].

Прихильність екологічній стійкості набуває все більшого значення як найважливіший показник іміджу держави. Зусилля щодо вирішення проблеми зміни клімату, впровадження зеленої політики та інвестування у відновлювані джерела енергії позитивно сприяють глобальній репутації країни. Відповідальність за навколишнє середовище резонує з дедалі більшою екологічною свідомістю міжнародної спільноти [53].

Сильна система освіти свідчить про прагнення нації до інтелектуального зростання та розвитку. Високоякісні навчальні заклади, наукові дослідження та кваліфікована робоча сила позитивно впливають на сприйняття країни.

Досконалість освіти сприяє створенню позитивного іміджу, демонструючи прихильність до знань і прогресу.

Імідж держави глибоко переплетений з її дипломатичними відносинами. Позитивні міжнародні відносини, що ґрунтуються на співпраці, активна участь у міжнародних організаціях та ефективні дипломатичні відносини сприяють сприятливому глобальному іміджу. Конструктивні дипломатичні зусилля сприяють співпраці та взаємоповазі [55,с.57].

Позитивному сприйняттю сприяють соціальні ініціативи, доступність медичної допомоги та програми подолання бідності. Країни, які надають пріоритет добробуту своїх громадян, створюють образ співчуття та відповідальності.

В епоху інформації вплив ЗМІ є потужним чинником іміджу держави. Те, як країна зображується в ЗМІ, як усередині країни, так і за кордоном, формує громадську думку. Країни, які ефективно керують своєю присутністю в ЗМІ, можуть певною мірою впливати на наративи та контролювати свій імідж.

Те, як держава справляється з кризами, будь то стихійні лиха, пандемії чи геополітичні виклики, суттєво впливає на її імідж. Швидке та ефективне управління кризою, прозора комунікація та стійкість сприяють відновленню довіри та збереженню позитивного іміджу в складні часи [54,с.83].

Імідж сучасної держави – це багатопланове поняття, яке формується різноманітними показниками. Від геополітичної стабільності та економічних показників до культурної дипломатії та технологічних інновацій, ці фактори разом визначають те, як націю сприймають на глобальній арені. У сучасному взаємопов'язаному світі, де інформація тече швидко, а сприйняття формується безліччю впливів, країни повинні ретельно орієнтуватися в цих показниках, щоб створити позитивний і впливовий імідж. Розуміння нюансів взаємодії цих показників дозволяє державам активно формувати свій наратив, сприяти міжнародній співпраці та позиціонувати себе як позитивний внесок у світову спільноту.

## ВИСНОВКИ

Виходячи з результатів проведеного дослідження сутності та значення іміджу країни на світовій арені, можна зробити висновок, що формування позитивного національного іміджу є тривалим і складним процесом.

Імідж держави є основою, що визначає репутацію країни у свідомості її громадян і світової спільноти. Це сприйняття є результатом дій або бездіяльності різних суб'єктів, які взаємодіють із зовнішнім світом. Для його успіху необхідно усвідомити поточний стан іміджу країни, сформулювати ключові ідеї та виробити стратегічний підхід.

Роль і функції іміджу держави є надзвичайно важливими, оскільки від цього залежить успішність зовнішньої політики країни, торговельно-економічних відносин, залучення інвестицій. Крім того, зовнішньополітичний імідж впливає на внутрішньополітичні процеси. На міжнародному рівні імідж держави є основним чинником формування міжнародних відносин, слугуючи інструментом вирішення конкурентних викликів країни.

Формування іміджу держави спирається на позитивні характеристики, об'єктивні переваги, унікальні риси нації. Важливо підкреслити, що розвиток іміджу держави можливий лише в контексті справжніх успіхів і досягнень у соціально-економічному розвитку, зміцнення влади та активізації боротьби з корупцією.

Аналізуючи чинники, що впливають на імідж, стає очевидним, що Україна перебуває в середині тривалого перехідного періоду, протягом якого її імідж може зазнати як позитивних, так і негативних змін. Україна не може залишатися байдужою до світових подій, і події всередині країни неодмінно привертають увагу світової громадськості.

Протягом історії кожна нація дбала про підвищення свого позитивного іміджу, визнаючи, що цілеспрямоване формулювання мовної політики сприяє захисту національних інтересів, досягненню цілей зовнішньої політики та створенню глобальної атмосфери підтримки для дій спільноти на міжнародній арені. У сучасну епоху інформаційної прозорості відкритість комунікації має

першочергове значення. Без поваги до фундаментальних прав і свобод, включаючи релігійну свободу, політичні вибори та свободу слова у сфері масової інформації, демократична держава не може досягти позитивного іміджу в міжнародному співтоваристві.

Сприйняття країни світовою спільнотою суттєво впливає на її позицію та важливість у міжнародній системі, її здатність протистояти поточним викликам, інвестиційну привабливість, потенціал для економічного розвитку, партнерства, ділової співпраці, туризму тощо. Успіх діяльності нації, зокрема у зовнішній політиці, економічному розвитку та зміцненні міжнародних відносин, залежить від її іміджу. Позитивний зовнішньополітичний імідж також впливає на внутрішньополітичні процеси, оскільки суспільні сили можуть використовувати негативний імідж як основу для критики урядової політики.

Міжнародний імідж будь-якої держави є свідченням її політичної та економічної значущості, процвітання та високого культурного розвитку. Він виступає індикатором авторитету та успішності дій країни на світовій арені. Позитивний імідж держави тісно пов'язаний з тим, як її сприймають інші країни, а також з рівнем патріотизму її громадян.

По суті, імідж держави є основою її успіху в економічному розвитку, особливо в контексті економічної взаємозалежності зі світом, глобальної освіти та культурного розвитку. Імідж країни складається з комплексу об'єктивних характеристик, що ґрунтуються на еволюції державного устрою, охоплюючи економічні, географічні, національні та демографічні аспекти. Ця багатофакторна підсистема взаємодіє в рамках ширшої світової системи, впливаючи та зазнаючи впливу соціально-економічних, соціально-політичних, національно-конфесійних та інших процесів. Імідж держави визначає її репутацію в свідомості громадян і світової спільноти, сформовану діями та ефективністю її різних складових у взаємодії із зовнішнім світом.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- 1) Бренд індекс та публічна дипломатія.  
URL:<http://www.palgravejournals.com/pb/index.html>.
- 2) Веб-сайт компанії Future Brand. URL: <http://www.futurebrand.com>
- 3) Водотика Т., Магда Є. Ігри відображень. Якою бачить Україну світ / гол. ред. О. С. Кандиба. Х.: Віват, 2016. 352 с.
- 4) Веб-сайт Саймона Анхольта. [Електронний ресурс] // Режим доступу <http://www.simonanholt.com> - Заголовок з екрану
- 5) Данаєва З. Імідж країни URL: <http://www.expert.ru/printissues/>.
- 6) Дубас О.П. Імідж держави в інформаційно - комунікативному просторі: особливості формування/ О.П. Дубас // Вісник СевНТУ : зб. наук. Пр. Вип. 112/2010. Серія «Політологія». –Севастополь, 2010. 167-170 с.
- 7) Данилов В. Особливості формування політичного іміджу держави. Політичний менеджмент. 2009. № 2. 67-72 с.
- 8) Девід Адам. Громадська дипломатія 21 століття. Назустріч доброму врядуванню у 21 столітті. 180-183 с.
- 9) Єремєєва І.А. Практичні аспекти формування міжнародного іміджу держави. Регіональні студії. 2021. № 24. 123-127 с.
- 10) Імідж держави як об'єкт дослідження і категорія сучасної політичної науки URL: <https://pidru4niki.com>.
- 11) Імідж держави URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/268616543.pdf>.
- 12) Індекс бренду країни 2008 URL: <http://www.futurebrand.com/think/reportsstudies/cbi/2008/overview/>.
- 13) Індекс бренду країни 2009 URL: <http://www.futurebrand.com>
- 14) Інформаційні чинники формування іміджу держави URL: <https://www.pravda.com.ua/articles/2007/11/5/3313557>.
- 15) Імідж України в світі URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/29107381.html>.

- 16) Імідж України: компоненти URL: <https://science.lpnu.ua> (дата звернення: 21.09.2023).
- 17) Індекс глобалізації URL: <https://kof.ethz.ch/en/forecasts-andindicators/indicators/kof-globalisation-index.html>
- 18) Індекс людського розвитку URL: <https://hdr.undp.org>.
- 19) Індекс конкурентоспроможності URL: <https://govdata360.worldbank.org> .
- 20) Індекс бізнесу URL: <https://archive.doingbusiness.org/en/rankings>.
- 21) Індекс демократії URL: <https://www.eiu.com>
- 22) Індекс фінансування бренду URL: <https://gtmarket.ru/ratings/brand-finance-nationbrands>.
- 23) Індекс міжнародних інновацій URL: <https://gtmarket.ru/ratings/global-innovationindex>.
- 24) Імідж України в світі URL: <http://www.ya.org.ua>.
- 25) Качинська Н. Політичний імідж держави / Качинська Н. //Віче. 2009. № 22.
- 26) Колосок С.В. Зв'язки з громадськістю у формуванні іміджу органів державного управління : дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук з держ. упр. : 25.00.01 / С.В. Колосок. К., 2003. – 183 с.
- 27) Концепції популяризації України у світі URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/249407991>.
- 28) Кулеба О.В. Роль сучасних інформаційно-комунікативних технологій у формуванні міжнародного іміджу держав / О.В. Кулеба // Інвестиції: практика та досвід. 2011. № 3. 104—107 с.
- 29) Качинська Н.О. Комунікативні тактики формування привабливого міжнародного іміджу держави. Гілея: науковий вісник. Гол. ред. В.М. Вашкевич. Київ : ВІР УАН, 2010. Випуск 36. 318–329 с.
- 30) К. І. Котляр, Т. Л. Нагорняк . Імідж України в контексті міжнародних рейтингів 2001 р.14-25 с.
- 31) Лашкіна М.Г. Концептуальні засади взаємодії органів державної влади та засобів масової інформації в умовах демократизації державного управління в

Україні : дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук : 25.00.01 / Марія Григорівна Лашкіна. К., 2008. – 187 с.

32) Міжнародні рейтинги: статистичні аспекти обчислення та застосування. URL: <http://194.44.12.92:8080>

33) Міжнародний імідж країни: практичні аспекти аналізу URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/197229275.pdf>.

34) Магда Є. В. Міжнародний імідж України в контексті гібридної війни. Вісник Дніпропетровського університету. 2015. №4. 232–240 с.

35) Механізми державного управління с. В. Кулеба 2011 року 104-110 с. URL: [http://www.investplan.com.ua/pdf/3\\_2011/27.pdf](http://www.investplan.com.ua/pdf/3_2011/27.pdf)

36) Міжнародний імідж країни URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/197229275>

37) Ніколаус Еберл. Як Німеччина завоювала світ Кубок Нації Брендінг і як Південна Африка може завоювати титул у 2010 році. [Електронний ресурс]

38) Особливості формування політичного іміджу держави / В. Данилов // Політичний менеджмент. 2009. № 2. 67-72 с.

39) Офіційний сайт Міністерства інформаційної політики України URL: <https://mkip.gov.ua/>.

40) Просування іміджу України за кордоном URL: <http://fpp.com.ua>.

41) Прогноз для України на 2022 рік URL: <https://uifuture.org>.

42) Політичне життя - Осмолівська А. О., Донецький національний університет імені Василя Стуса 1 80-86 с.

43) Пантелейчук І. Сучасні підходи до побудови структурної моделі іміджу регіону / Наукові записки. Випуск 44

44) Попова Л. І. Тенденції формування образу країни в сучасному країнознавстві / Л. І. Попова // Мова і культура. 2011. Вип. 14, т. 7. 112-116 с.

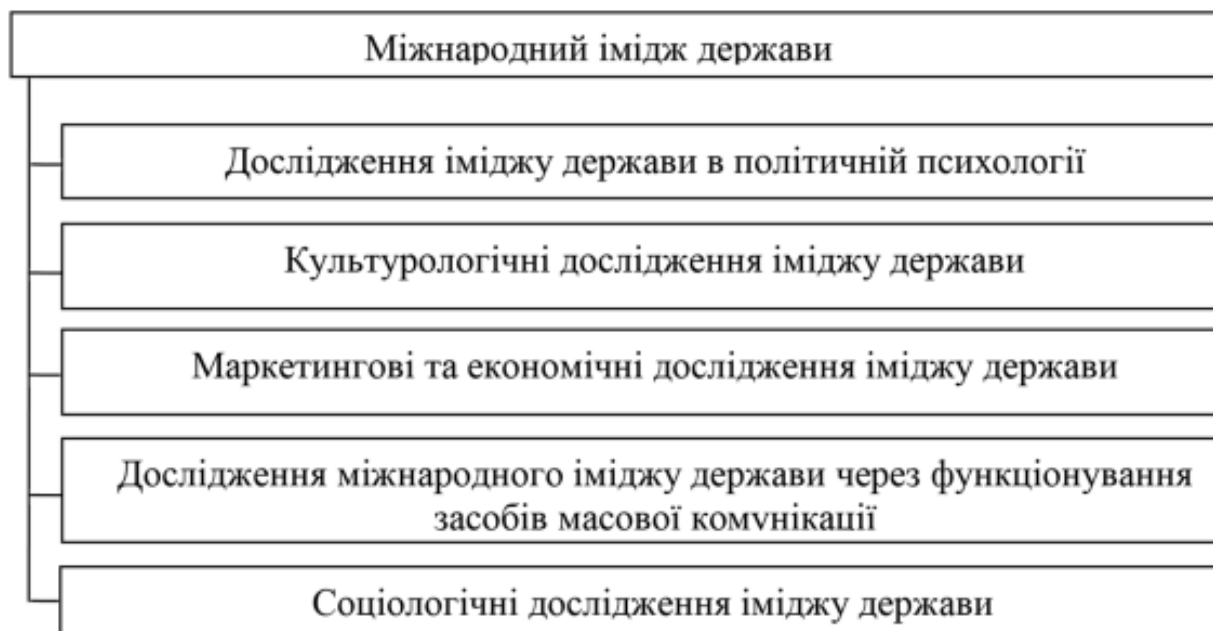
45) Просування іміджу України за кордоном URL: <http://fpp.com.ua/topic/prosuvannya-imidzhu-ukrayiny-za-kordonom>.

- 46) Попова Л. І. Тенденції формування образу країни в сучасному країнознавстві / Л. І. Попова // Мова і культура. 2011. Вип. 14, т. 7. 112-116 с.
- 47) Ржевська Н.Ф. Культурна дипломатія України: сучасний стан та перспективи URL: [http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol\\_n/article](http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article).
- 48) Репутація України у світі URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/29107381.html>.
- 49) Репутація країни та державний брендинг. URL: <http://www.dridu.dp.ua>.
- 50) Технології формування та підтримки зовнішньополітичного іміджу держави / П. Г. Петров // Грані. 2016. № 3. 91-95 с.
- 51) «Україна це зараз» URL: <https://banda.agency/ukrainenow/>.
- 52) Україна в міжнародних рейтингах URL: <https://studentlib.com/chitat/referat-265847>.
- 53) Управління публічної дипломатії URL: <https://www.kmu.gov.ua>.
- 54) Формування іміджу держави на міжнародній арені / О. Ю. Чечель // Інвестиції: практика та досвід. 2016. № 10. 82-86 с.
- 55) Хмелевська Л.П. Формування міжнародного іміджу країни як умова оптимізації розвитку її економіки. - К.. 2009. 57 с.
- 56) Хазратова Н.В. Структурна модель образу держави / Н.В. Хазратова Психологічні перспективи. 2001. Вип. 1. 26–36 с.
- 57) Чечель О.Ю. Формування іміджу держави на міжнародній арені. Інвестиції: практика та досвід. 2016. № 10. 82-86 с.
- 58) Чумак О. Імідж України як один із чинників впливу на міжнародноправові відносини. Міжнародне право. 2020. № 3. 339-343 с.
- 59) Щурко О. М. Функціональні аспекти образу держави на сучасному етапі .О. М. Щурко. Одеса, 2017. Вип. 4. 22-26 с.
- 60) Щурко О. Чинники формування міжнародного образу держави: принципи класифікації. Політична наука в Україні: стан і перспективи: матеріали всеукраїнської наукової конференції (Львів, 10-11 травня 2007 року) Укл. Поліщук М., Скочиляс Л., Угрин Л. Львів, ЦПД, 2008. – 308 с.

## ДОДАТКИ

### Додаток 1

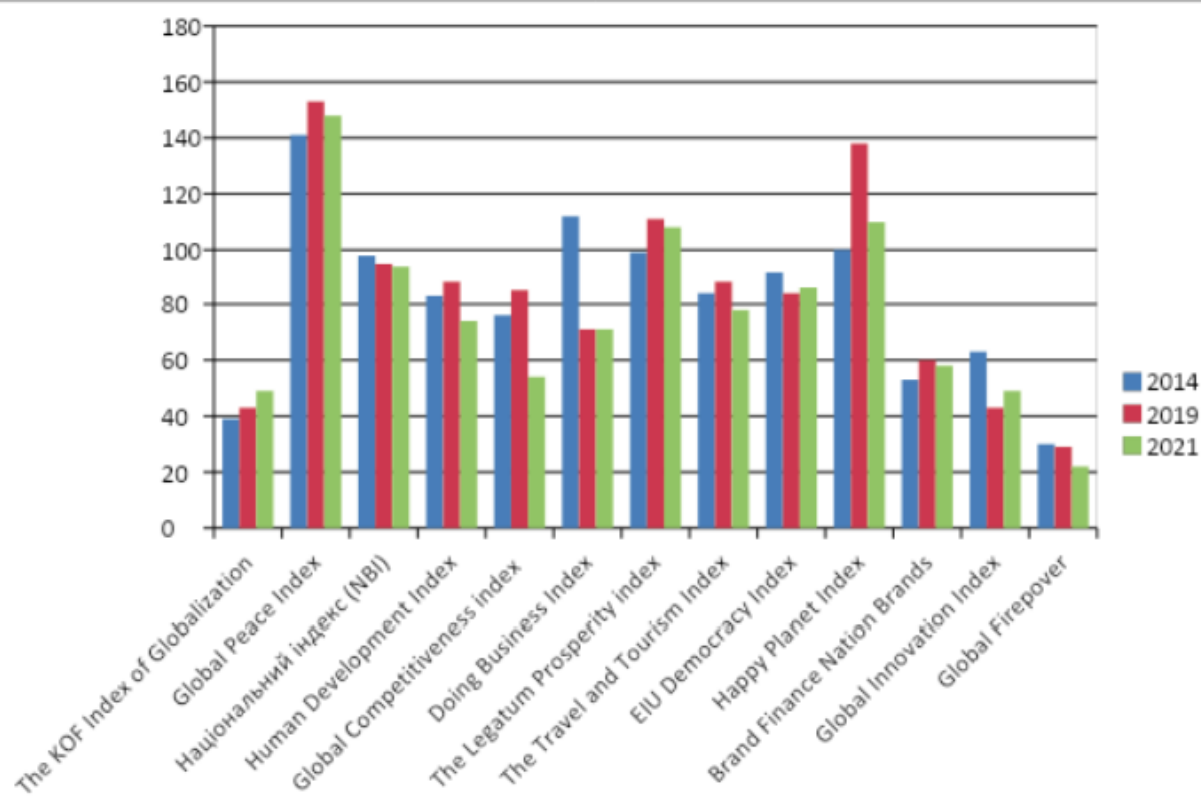
#### Напрямки дослідження міжнародного іміджу держави



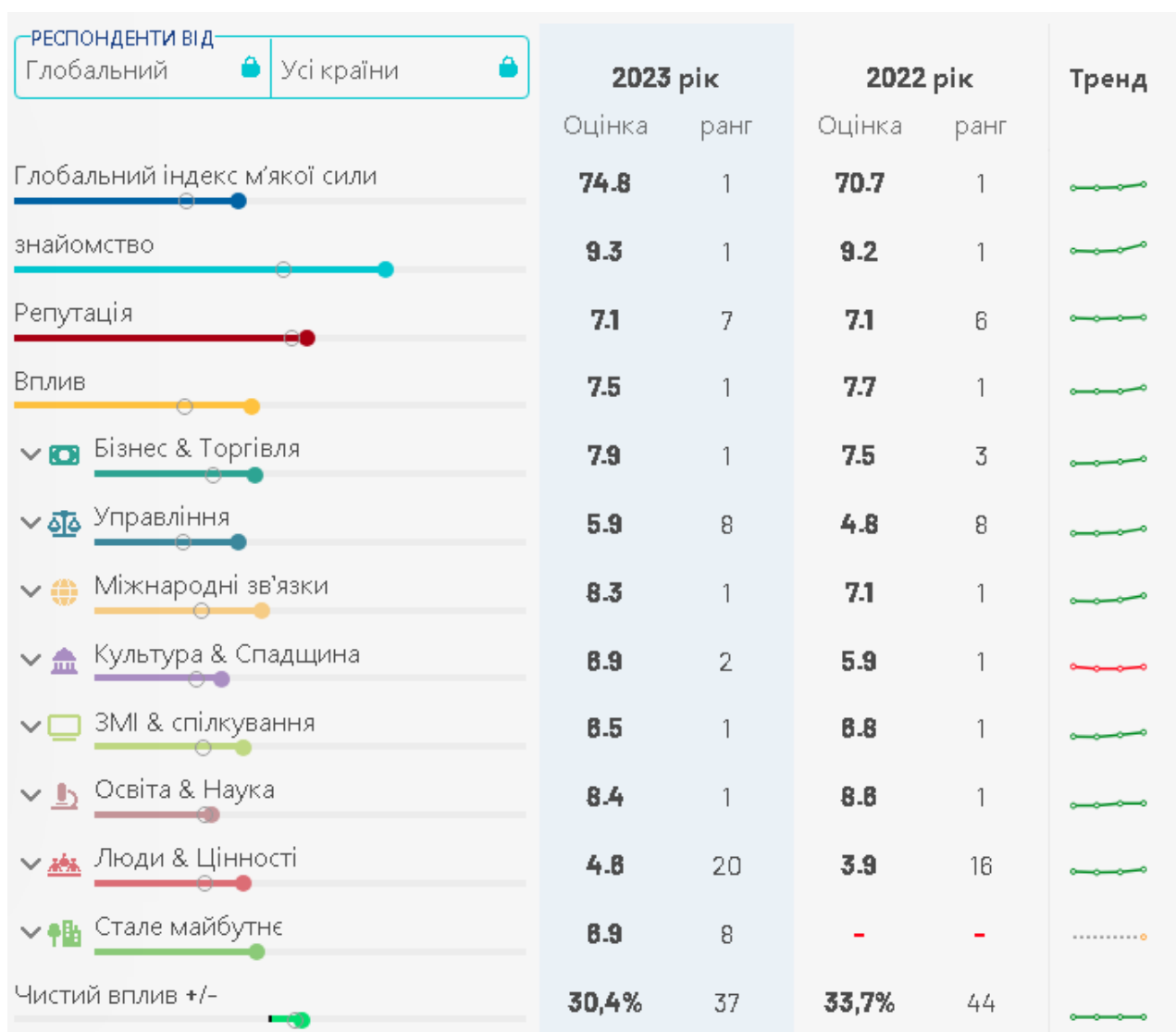
## Місце України в міжнародних рейтингах

Міжнародний індекс	Місце України		
	2014	2019	2021
The KOF Index of Globalization	39	43	49
Global Peace Index	141	153	148
Національний індекс (NBI)	98	95	94
Human Development Index	83	88	74
Global Competitiveness index	76	85	54
Doing Business Index	112	71	71
The Legatum Prosperity index	99	111	108
The Travel and Tourism Index	84	88	78
EIU Democracy Index	92	84	86
Happy Planet Index	100	138	110
Brand Finance Nation Brands	53	60	58
Global Innovation Index	63	43	49
Global Firepower	30	29	22

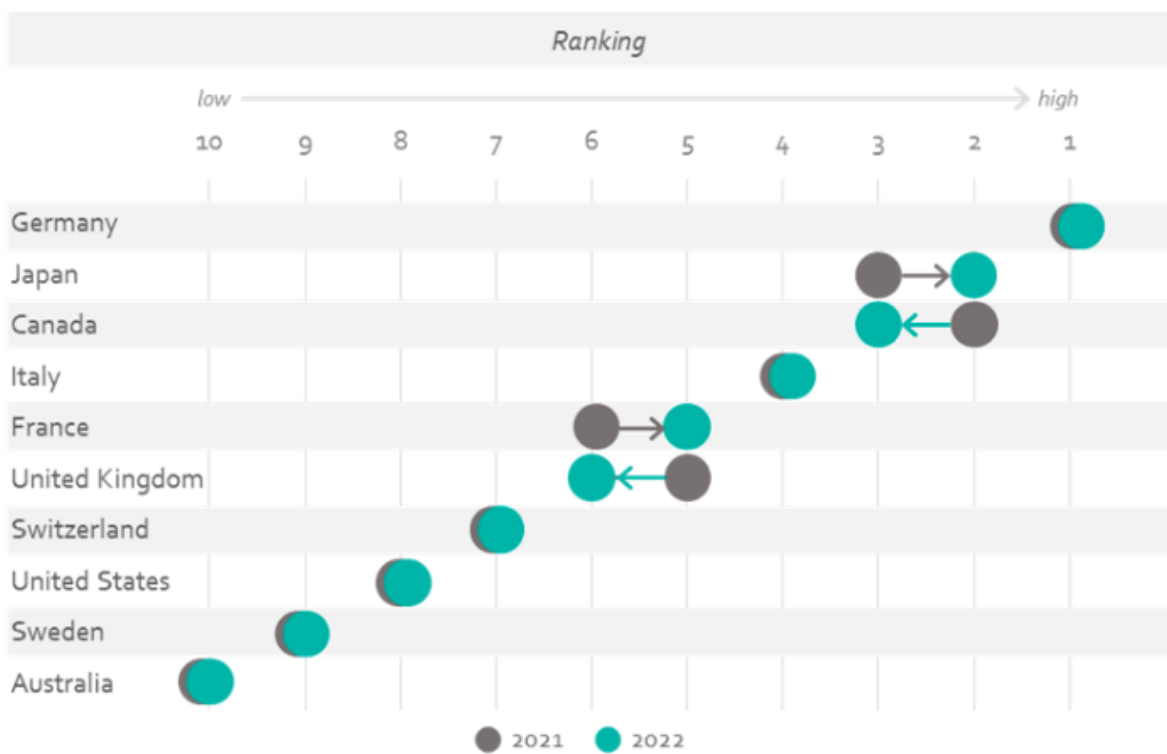
## Показники України в міжнародних рейтингах (Діаграма)



**Глобальний індекс м'якої сили 2023:**  
найповніше у світі дослідження сприйняття національних брендів  
Україна – 2023 рік



## Рейтинг іміджу країн 2021-2022 роки



## Рейтинг NBI Великобританії (2008-2022)

