

Міністерство освіти і науки України
Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя
Факультет філології, історії та політико-юридичних наук
Кафедра політології, права та філософії
Політологія. Гендерні студії
052 Політологія

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня «магістр»
ПОЛІТИЧНИЙ ІМІДЖ ДЕРЖАВИ: МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ТА
УКРАЇНСЬКІ РЕАЛІЇ

Студента: Подлуцького Данііла Андрійовича

Науковий керівник: Дудка Лариса Олексіївна

Рецензент: _____

Рецензент: _____

Допущено до захисту: _____

Зав. кафедри: _____

Анотація

Досліджуючи питання політичного іміджу держави у контексті міжнародного досвіду та українських реалій, акцентуємо увагу на важливості теми для сучасного розвитку України. Означена проблема досліджень є актуальною, оскільки політичний імідж будь-якої країни, в тому числі й України, є рушійною силою, що дозволяє співпрацювати на міжнародній арені світу.

У першому розділі досліджується сутність поняття «політичний імідж держави», аналізуються сучасні підходи та трактування вітчизняними та зарубіжними науковцями. Окрему увагу приділено визначенню політичного іміджу як складного соціокультурного явища, що включає в себе не лише зовнішнє сприйняття, а й внутрішні механізми взаємодії з населенням. Далі розглядаються основні підходи до формування політичного іміджу.

У другому розділі подано інформацію, яка стосується досвіду розвинених країн у формуванні політичного іміджу. На прикладах США, Німеччини та Великої Британії, які активно використовують інструменти публічної дипломатії та стратегії "м'якої сили" для створення та підтримки позитивного іміджу на міжнародній арені. Крім цього було вивчено застосування цих методів в контексті політичних та економічних викликів сучасного світу, а також їх ефективність у підвищенні міжнародного авторитету держав.

У третьому розділі було проаналізовано становлення політичного іміджу України після здобуття незалежності. Розглядається еволюція її зовнішньополітичного курсу та процеси, що впливають на сприйняття країни світом. Зокрема цей розділ присвячений впливу російсько-української війни на міжнародний імідж України та змінам у ставленні світових лідерів до країни. Та врешті-решт досліджується роль діаспори та міжнародних партнерів у формуванні позитивного іміджу України через культурну дипломатію, гуманітарні ініціативи та спільні проекти.

Ключові слова: політичний імідж, міжнародний досвід, війна.

Annotation

Investigating the issue of the political image of the state: international experience and Ukrainian realities, the scientific work was divided chronologically into three sections, which in turn consist of two or three subsections. This topic of research is relevant, because the political image of any country, including Ukraine, is a driving force that allows cooperation on the international stage of the world.

The first chapter examines the essence of the concept of "political image" of the state, analyzing modern approaches and interpretations by domestic and foreign scientists. Particular attention is paid to the definition of the political image as a complex sociocultural phenomenon, which includes not only external perception, but also internal mechanisms of interaction with the population. Next, the main approaches to the formation of a political image are considered.

The second section provides information on the experience of developed countries in forming a political image. The examples of the USA, Germany and Great Britain, which actively use public diplomacy tools and "soft power" strategies to create and maintain a positive image in the international arena, are used. In addition, the application of these methods in the context of political and economic challenges of the modern world, as well as their effectiveness in increasing the international authority of states, was studied.

The third chapter analyzes the formation of Ukraine's political image after gaining independence. It examines the evolution of its foreign policy and the processes that influence the country's perception by the world. In particular, this chapter is devoted to the impact of the Russian-Ukrainian war on Ukraine's international image and changes in the attitude of world leaders towards the country. Finally, the role of the diaspora and international partners in shaping a positive image of Ukraine through cultural diplomacy, humanitarian initiatives and joint projects is examined.

Keywords: political image, international experience, war.

Перелік скорочень

ЄС – Європейський Союз.

ЗСУ – Збройні сили України.

НАТО - Організація Північноатлантичного договору.

ОБСЄ - Організація з безпеки і співробітництва в Європі.

СРСР - Союз Радянських Соціалістичних Республік.

США - Сполучені Штати Америки.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИЧНОГО ІМІДЖУ ДЕРЖАВИ	10
1.1. Сутність поняття “політичний імідж” держави у сучасних дослідженнях.....	10
1.2. Основні підходи до формування політичного іміджу держави.....	17
РОЗДІЛ II. МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ФОРМУВАННЯ ТА ПІДТРИМКИ ПОЛІТИЧНОГО ІМІДЖУ ДЕРЖАВИ	26
2.1. Політичний імідж розвинених країн: досвід США, Німеччини, Великої Британії.....	26
2.2. Аналіз застосування “м’якої сили” та публічної дипломатії для підвищення політичного іміджу.....	33
РОЗДІЛ III. ПОЛІТИЧНИЙ ІМІДЖ УКРАЇНИ НА МІЖНАРОДНІЙ АРЕНІ	37
3.1. Становлення політичного іміджу України після здобуття незалежності.....	37
3.2. Вплив російсько-української війни на сприйняття України у світі.....	43
3.3. Взаємодія держави з діаспорою та міжнародними партнерами у формуванні позитивного іміджу.....	51
ВИСНОВКИ	56
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ	59

ВСТУП

У сучасному світі, де глобалізація охоплює всі сфери життя, політичний імідж країни є важливим фактором її міжнародного авторитету, економічної стабільності та національної безпеки. Для будь-якої держави, незалежно від рівня її розвитку, створення позитивного іміджу є одним із головних завдань, адже від цього залежить її здатність налагоджувати зв'язки зі світовою спільнотою, залучати інвестиції, розвивати дипломатію та зміцнювати міждержавні відносини.

Ця тема є особливо **актуальною** для України, яка сьогодні стикається з військовою агресією, інформаційними атаками та необхідністю здобувати підтримку міжнародної спільноти. Україна активно працює над формуванням свого позитивного образу, спираючись на ідеї демократії, боротьби за свободу і захист європейських цінностей. Проте цей процес ускладнюється низкою викликів, зокрема інформаційними маніпуляціями з боку агресора, упередженим сприйняттям у світі, а також внутрішніми проблемами, такими як корупція та економічні труднощі.

Вивчення досвіду інших країн у формуванні політичного іміджу має велике значення для України. Це дає змогу переймати успішні підходи, краще протистояти інформаційним загрозам і покращувати міжнародні комунікації. Розробка стратегії довгострокового розвитку позитивного іміджу України сприятиме її успішній інтеграції до міжнародного співтовариства, а також ефективному втіленню зовнішньополітичних цілей.

Об'єктом дослідження є політичний імідж держави як явище міжнародних відносин та комунікацій.

Предметом дослідження виступають механізми, інструменти і процеси формування політичного іміджу держави, а також особливості його розвитку у міжнародному контексті та в умовах сучасної України.

Метою цього дослідження є вивчення міжнародного досвіду, формування політичного іміджу держави, оцінка його ролі у зміцненні позицій країни на

міжнародній арені та пошук шляхів впровадження успішних підходів в українські реалії. Особливий акцент зроблено на аналізі факторів, які впливають на формування іміджу України в умовах війни та інформаційної агресії, а також на розробці пропозицій для покращення її зовнішньополітичної діяльності.

Для досягнення поставленої мети потрібно виконати декілька **завдань**, а саме:

1. Розкрити сутність поняття “політичний імідж” держави у сучасних дослідженнях;
2. Визначити основні підходи до формування політичного іміджу держави;
3. Проаналізувати застосування “м’якої сили” та публічної дипломатії для підвищення політичного іміджу;
4. Висвітлити становлення політичного іміджу України після здобуття незалежності та вплив російсько-української війни на сприйняття України у світі.

Хронологічні межі дослідження слід поділити на два етапи. До першого відносяться період від другої половини ХХ століття до наших днів, коли дослідження політичного іміджу набули інтенсивного розвитку завдяки поширенню мас-медіа, процесам глобалізації та прогресу інформаційних технологій. Особливий акцент варто зробити на сучасних прикладах останніх десятиліть. До другого етапу відносяться події від моменту проголошення незалежності України у 1991 році до сьогодні, з особливим акцентом на ключових подіях, що суттєво вплинули на формування іміджу держави. Серед них – Помаранчева революція 2004 року, Революція Гідності 2013–2014 років, війна на сході України, яка почалася у 2014 році, та повномасштабне вторгнення у 2022 році.

Історіографія цього дослідження охоплює різноманітні підходи до вивчення політичного іміджу, його формування, функцій та впливу на міжнародні стосунки. Це широке питання включає кілька основних напрямів, які відображають як міжнародні, так і національні аспекти.

Перші роботи з політичного іміджу зосереджувалися на загальних теоретичних аспектах. Одним з перших дослідників у цій галузі був Роберт

Джеймс Еммерсон [47], який вивчав імідж держави через призму міжнародної політики та її здатності впливати на громадську думку через дипломатичні канали і медіа. Мануель Кастельс у своїй праці “Міркування щодо Інтернету, бізнесу і суспільства” звертав увагу на роль ЗМІ в створенні політичного іміджу, підкреслюючи важливість цифрових технологій, які зміщують акценти від традиційних до нових медіа, що швидко реагують на глобальні зміни. Ці дослідження створили теоретичні основи для аналізу політичного іміджу як складного соціального явища.

Дослідження психології політики, зокрема робота О. Швець трактує імідж як інструмент, який держави використовують для досягнення своїх дипломатичних цілей і посилення міжнародного впливу. Багато досліджень присвячено вивченню політичного іміджу великих держав. Наприклад, дослідження політичного іміджу США в контексті "м'якої сили" Джозефа Ная в праці “Глобальна економічна криза та потенційні наслідки для зовнішньої політики та національної безпеки” [41] та його використання в кампаніях протидії тероризму після 11 вересня 2001 року стали важливим аспектом вивчення цього феномену.

Вивчення політичного іміджу України почалося в пострадянський період, коли країна активно працювала над формуванням національної ідентичності та просуванням своїх інтересів на міжнародній арені. Перші дослідження в цій сфері належать таким авторам, як О. Андрос, який аналізував стратегії міжнародної комунікації України, зокрема в контексті європейського та євроатлантичного вибору. Історіографія цього періоду акцентує увагу на ролі Помаранчевої революції 2004 року та Революції гідності 2014 року, коли було розроблено нові підходи до створення позитивного іміджу держави.

Сучасні дослідження зосереджуються на вивченні політичного іміджу України в умовах війни з Росією та її впливу на міжнародне сприйняття держави. Робота Л.І. Кормич [46] розглядає роль українського іміджу в інформаційній війні та міжнародних кампаніях на підтримку України. Актуальні дослідження

також зосереджуються на стратегіях контрпропаганди, які використовуються для зміцнення міжнародного іміджу України в умовах гібридної війни.

Наукова новизна дослідження полягає в поєднанні міжнародного досвіду формуванні політичного іміджу з аналізом українських реалій, що дає можливість визначити особливості і специфіку створення іміджу держави в Україні в умовах сучасних викликів. Це дозволяє виявити ключові фактори, які впливають на формування позитивного іміджу держави в контексті глобальних змін та кризових ситуацій, а також порівняти українські стратегії з міжнародними підходами.

Структура роботи обумовлена поставленою метою та завданнями досліджування та побудована за хронологічним принципом. Робота складається зі вступу, трьох розділів та підрозділів, висновків, списку використаних джерел та літератури (50 позицій).

РОЗДІЛ I

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИЧНОГО ІМІДЖУ ДЕРЖАВИ

1.1. Сутність поняття “політичний імідж” держави у сучасних дослідженнях

На нашу думку, політичний імідж держави можна визначити як загальне уявлення про країну, яке формується у свідомості як її громадян, так і міжнародної спільноти. Він виникає в результаті взаємодії таких чинників, як реальні досягнення країни, її політична діяльність, культурні особливості, економічний стан і зовнішньополітична поведінка. У сучасних дослідженнях цей імідж розглядають як потужний інструмент "м'якої сили" (soft power), що дає змогу зміцнювати вплив держави на міжнародній арені.

Цей феномен є багатограним і включає як об'єктивні, так і суб'єктивні складові. Об'єктивні аспекти – це конкретні факти, наприклад, рівень економічного розвитку, політична стабільність або участь у глобальних організаціях. Суб'єктивні аспекти залежать від того, як ці факти сприймає аудиторія, а це часто визначається стереотипами, впливом медіа та ідеологічними поглядами [29, с. 224].

Слово “імідж” походить з англійської мови (image) і перекладається як “образ”. У довідкових виданнях його описують як створений цілеспрямовано образ, який має емоційне забарвлення і формується у масовій свідомості, набуваючи рис стереотипу. Також імідж розглядають як набір певних характеристик, які люди асоціюють із конкретною особою чи явищем, або як уявлення про щось, що викликає асоціації з чимось уже знайомим, реальним чи абстрактним. Сьогодні поняття «імідж» відрізняється від класичного розуміння образу і пов'язане із соціальним пізнанням. Як явище свідомості (індивідуальної, групової чи масової), імідж поєднує в собі зовнішні та внутрішні риси об'єкта у складній взаємодії.

Політичний імідж набуває значення лише тоді, коли стає “публічним” і починає відображати різні аспекти політичної діяльності. Наприклад, для створення іміджу депутата необхідна хоча б одна людина, яка сприйматиме цього політика, а для корпоративного політичного іміджу — група чи організація, яка є носієм масової чи групової свідомості. Політичний імідж зазвичай має узагальнений і навіть абстрактний характер, що спрощує його сприйняття. Він є динамічним, оскільки змінюється відповідно до політичних, економічних або соціальних умов, впливаючи на підсвідомі очікування тих, хто його сприймає.

Вцілому, імідж можна назвати своєрідною “напівправдою”: він задає напрям для уявлень, спираючись на стереотипи та соціальний досвід, але не завжди відповідає реальності. У його формуванні ключову роль відіграють стереотипи та асоціації, які допомагають людям ототожнювати об’єкт із уже знайомими рисами, навіть якщо ці риси не зовсім реальні.

Важливою характеристикою політичного іміджу є його мінливість. Він постійно змінюється під впливом внутрішніх і зовнішніх подій. Наприклад, позитивні зміни, як-от політичні реформи чи економічний прогрес, можуть підвищити статус держави. Водночас кризи, корупція або конфлікти здатні серйозно нашкодити її репутації. Це означає, що політичний імідж потребує постійного контролю та вдосконалення.

Дослідники наголошують, що імідж держави є структурно складним і складається з кількох компонентів: політичного, економічного, культурного, соціального та зовнішньополітичного. Всі ці складові разом формують образ держави як стабільного й цілісного суб’єкта міжнародних відносин. Наприклад, політичний компонент відображає демократичність системи, тоді як культурний акцентує національні традиції й унікальність [11, с. 22-23].

Процес створення політичного іміджу залежить від численних факторів, серед яких особливо важливу роль відіграють засоби масової інформації, громадська дипломатія та цифрові платформи. У сучасному світі соціальні мережі та онлайн-ресурси стали ключовими інструментами для донесення

інформації до глобальної аудиторії. Завдяки вдалим інформаційним кампаніям країна може зарекомендувати себе як лідер у певних сферах, таких як технології, екологія чи культура.

Сучасні дослідження політичного іміджу охоплюють три основні напрями. Перший стосується вивчення психологічних аспектів формування іміджу політичних лідерів і громадських діячів. Другий фокусується на іміджі політичних рухів, організацій, систем і держави загалом. Третій аналізує зв'язки між цими рівнями іміджу.

В українській політичній науці існують чотири підходи до розуміння поняття "політичний імідж":

Онтологічний підхід визначає політичний імідж як образ особистості чи соціального інституту, що формується в масовій свідомості. Наприклад, О. Лавренко вважає, що імідж — це відображення реального суб'єкта, яке виникає у свідомості людей як на свідомому, так і підсвідомому рівнях.

Антропологічний підхід зосереджується на характеристиках, які люди пов'язують із конкретною особистістю. О. Вознесенська описує політичний імідж лідера як набір певних рис, що асоціюються з конкретною індивідуальністю [19, с. 200].

Ціннісний підхід наголошує на маніпулятивному характері політичного іміджу, розглядаючи його як спеціально створений образ, покликаний додати об'єкту додаткову цінність. Д. Ольшанський зазначає, що імідж формується у свідомості людей на основі їхнього досвіду і знань для впливу на їхню поведінку.

Етичний підхід акцентує увагу на моральній складовій політичного іміджу. Представники цього підходу вважають, що імідж виступає "другою природою" індивіда, через яку він оцінює себе і яка поступово стає частиною його сутності.

П. Фролов у своєму теоретичному аналізі терміна „імідж” визначив, що його можна розуміти щонайменше у двох основних значеннях. З одного боку, це поняття означає сформований у свідомості певної групи людей образ об'єкта (наприклад, політика, товару чи компанії). З іншого боку, під іміджем часто мають на увазі створений спеціально образ, мета якого — вплинути на свідомість

і поведінку людей, викликати бажані зміни або справити політичний чи психологічний ефект.

Існує три основні підходи до розуміння природи формування політичного іміджу. Перший стверджує, що імідж може взагалі не мати жодного зв'язку з реальними характеристиками того, кого він представляє. Другий підхід трактує імідж як відображення сутності особистості або суб'єкта. Третя точка зору визнає, що імідж формується під впливом двох чинників: реальних властивостей суб'єкта та свідомого створення його образу.

Крім того, підходи до класифікації політичного іміджу значно різняться. Найбільш поширені варіанти класифікації такі:

1. За суб'єктом (наприклад, імідж політичного діяча, партії чи руху);
2. За етапами політичного процесу (вихідний, поточний, кінцевий імідж);
3. За типом (реальний або ідеалізований імідж);
4. За модальністю (позитивний чи негативний);
5. За порівнянням (наприклад, імідж конкретного кандидата порівняно з його конкурентом).

На думку Д. Бігуса, політичний імідж держави,— це уявлення про державу, яке формується у свідомості як її громадян, так і міжнародної спільноти. Цей образ виникає через взаємодію різних суб'єктів економічного, соціального та політичного життя як усередині країни, так і за її межами. Водночас імідж не є простим відображенням реальності. Він створюється спеціалістами цілеспрямовано, використовуючи технології для моделювання віртуального образу, який має кілька ключових рівнів [39, с. 119].

Перший рівень — це вихідний матеріал, який аналізується та коригується, щоб мінімізувати негативні аспекти та підкреслити позитивні. Другий — це власне змодельований образ, створений на основі цього матеріалу. Третій рівень включає викривлення, що виникають у процесі передачі інформації через засоби масової інформації та інші канали комунікації. Четвертий рівень — це кінцевий образ, який складається у свідомості аудиторії, зокрема на основі їхнього власного сприйняття та інтерпретацій.

За словами цього журналіста, політичний імідж держави має два основних адресати: внутрішню аудиторію (громадян країни) і міжнародну спільноту. Позитивний імідж є важливим для будь-якої держави, оскільки сприяє її політичному, економічному розвитку та розширенню зовнішніх зв'язків.

У структурно-функціональному сенсі політичний імідж можна розглядати як цілісну систему уявлень про певний об'єкт, яка формується у свідомості суспільства в конкретний історичний період. Ця система включає кілька ключових компонентів:

1. Реальні характеристики — це об'єктивні факти, які визначають справжню природу об'єкта і формують його фактичну основу.

2. Фантомні характеристики — це бажані риси, яких насправді об'єкт не має, але вони приписуються йому уявою суспільства.

3. Ситуаційні характеристики — залежать від поточних політичних або соціальних обставин і відображають актуальні цінності чи очікування.

4. Фонові характеристики — це символічні аспекти, які додають іміджу особливого значення через асоціації чи культурний контекст.

Особливістю фантомних характеристик є те, що вони створюють зв'язок між політичним іміджем і певним прототипом, який уже існує у суспільній свідомості. Цей прототип виконує функцію «коду», що спрощує сприйняття нової інформації, пов'язаної з об'єктом. Саме прототипи стають ключовими елементами сприйняття і дозволяють суспільству легко оцінювати політичні об'єкти, зберігати й передавати цінності майбутнім поколінням.

Прототип політичного іміджу формується кількома шляхами:

- На основі традиційних уявлень, які усталені в суспільстві.
- Завдяки поширенню в масовій свідомості певних характеристик об'єкта через стереотипи.
- Через ідеалізацію, коли до об'єкта додаються уявні або абстрактні риси, що інтегруються в ідеальну модель політичного іміджу.

Цей ідеальний образ може мати різну природу: бути персоніфікованим (пов'язаним із конкретною особою), інституційним (асоційованим із владними

структурами), ідеальним чи комплексним, залежно від конкретної ситуації та цілей формування іміджу.

Інші дослідники цього питання поділяють, імідж політичного лідера на три основні групи складових.

1. Персональні характеристики: фізичні та психофізіологічні особливості, характер, тип особистості, індивідуальний стиль прийняття рішень тощо.

2. Соціальні характеристики: належність до певної соціальної групи, такої як партія, національність, професійна група, а також соціальний статус.

3. Символічні характеристики: лідери виступають як символи певних ідеологій, уявного майбутнього або напрямку дій.

П. Фролов у змістовому плані виокремлює такі компоненти іміджу: а) особистісні риси політика; б) тип його політичної орієнтації; в) місце в інститутах влади або неформальних структурах (наприклад, президент, парламентарій, популярний лідер) [9, с. 30-31].

Ю. Зущик визначає, що структура іміджу включає: а) ідеологічний тип ("політичне обличчя", "політичне забарвлення"); б) особисті риси (реальні або створені); в) соціальні ролі (наприклад, соціальний статус, походження); г) "прізвисько" або "псевдонім" лідера. Цей автор також підкреслює, що функціональна частина іміджу включає: мову (включаючи лексикон), зовнішні атрибути (одяг, зачіску, окуляри, автомобіль тощо), а також міміку, пантоміміку, жестикуляцію і інші елементи невербальної комунікації.

На думку Б. Кутепова, мова політика має велике значення у створенні його іміджу. Тому важливо звертати увагу на чистоту і виразність мовлення, а також на прагнення виглядати переконливо. Наприклад, запитання-ярлики, як-от „Чи не правда?” чи „Чи не так?”, роблять мову більш переконливою, немов виключають можливість заперечень. Вплив таких питань посилюється, якщо разом з ними використовуються трюїзми — висловлювання, з якими неможливо не погодитись.

Імідж політичного режиму, рівня демократії та соціально-економічного розвитку має важливе значення, перш за все, для сприйняття країни на

міжнародній арені та для встановлення рівноправних політичних і економічних відносин з іншими державами. Згідно з загальноприйнятими типами політичних режимів, імідж держави може бути демократичним, авторитарним, деспотичним, тоталітарним або анархічним. Імідж високорозвинених країн, таких як США і європейські держави, зазвичай демократичний. Це зумовлює їх прагнення до встановлення рівноправних відносин з іншими демократичними країнами та впливу на країни з іншими режимами. Імідж соціально-економічного розвитку та рівня демократії є основним фактором, що визначає інвестиційну привабливість країни і розвиток національного бізнесу. За словами доктора економічних наук В. Задорожного, найважливішими рисами, що впливають на розвиток економічних відносин країни, є: політична стабільність, стабільність на регіональному рівні, стабільність податкової системи, захист приватної власності та повага до закону як основа організації суспільства.

Формування політичного іміджу держави базується на її культурно-історичних досягненнях, серед яких важливими є значущі історичні події, внесок у світову історію та видатні особистості. Проте не лише позитивні події чи особистості формують імідж держави. Негативні події або політичні фігури можуть мати сильніший емоційний вплив, створюючи стереотипи та міфи. Важливу роль у формуванні іміджу відіграє соціальна, культурна та історична база суспільства, яке сприймає і створює цей образ у своїй уяві. Імідж можна вважати образом, який свідомо створюється в уяві людей, і він має два основні механізми формування: “стихийний” і “зорований”. Врахування сучасних політичних подій, що виникають природно, без втручання іміджмейкерів, також є важливим для формування іміджу. Політичні прогнози та очікування різних соціальних груп щодо іміджу країни відіграють важливу роль у створенні моделі необхідного іміджу та розробці стратегії його реалізації [40].

Що стосується особистих якостей, то найбільше значення мають інтелектуальні характеристики (які часто асоціюються з освіченістю). Потім йде чесність, хоча виборці не очікують від політика абсолютної чесності. Важливо, щоб він був добрим і людяним. Ідеальний політик повинен володіти ораторським

мистецтвом і бути здатним спілкуватися з простими людьми. Крім того, важливими є енергійність, діловитість, актуальність, врівноваженість, серйозність та передбачуваність.

Структурні компоненти політичного іміджу включають реальні й ситуаційні характеристики, які можуть або природно відповідати сутності політика, або бути спеціально створені під певну ситуацію.

Отже, за своєю структурою імідж - це складне явище, яке включає в себе різноманітні фактори, зокрема історичні, політичні, соціальні та особистісні. У процесі вивчення і формування політичного іміджу важливо враховувати всі ці аспекти як загалом, так і стосовно окремих політиків.

1.2. Основні підходи до формування політичного іміджу держави

Загальновідомо, що політичний імідж держави є ключовим елементом її міжнародної репутації та внутрішньої стабільності. Процес його формування є багатограним і включає в себе різні підходи, спрямовані на створення позитивного образу країни як на міжнародній арені, так і в очах її громадян. В умовах сучасної глобалізації, де інформаційні потоки та міжнародні зв'язки постійно зростають, імідж держави стає не менш важливим, ніж її економічна чи військова потужність. Зміни в тому, як сприймають країну, можуть значно вплинути на її політичні та економічні перспективи, а також на її становище в міжнародних відносинах.

У сучасному світі, зокрема в Україні, активно застосовуються різні технології для формування іміджу політичних суб'єктів. Це стосується не лише окремих політичних, громадських або державних діячів, але й органів державної влади та місцевого самоврядування, і все це спрямоване на досягнення певних стратегічних і тактичних цілей [23, с. 45-46].

Органи державної влади складають єдину систему. Як зазначає А. Панасюк, імідж системи можна охарактеризувати як думку певної групи людей про організацію на основі сформованого у них образу цієї організації. Цей образ

виникає завдяки безпосередньому контакту з нею або отриманій інформації з різних джерел, зокрема засобів масової інформації. У контексті політики, яка є діяльністю, спрямованою на здобуття і здійснення влади, політичний імідж інституту держави — це враження, яке складається у людей про органи державної влади, засноване на їхньому досвіді взаємодії або інформації, отриманій через ЗМІ, щодо реалізації державної політики.

Основними учасниками процесу формування політичного іміджу держави є її ключові органи влади: президент і його адміністрація, законодавчий орган (парламент), виконавча влада (уряд), судова система, політичні партії та органи місцевого самоврядування. Хоча ці інститути не завжди мають на меті безпосередньо створення свого позитивного іміджу, їхня діяльність, виконання політичних програм і відповідність політики суспільним вимогам значною мірою визначають як їхній власний імідж, так і імідж держави в цілому. Окрім цього, значний вплив на формування державного іміджу мають засоби масової інформації, громадські організації та рухи. Позитивний політичний імідж проявляється через високий рівень популярності його носія та здатність впливати на громадську думку, активізуючи політичну діяльність держави та суспільства в цілому [37, с. 225].

Виділяють основні фактори, які впливають на створення позитивного образу держави, а саме виділяють три групи таких факторів.

"Умовно-статичні" фактори, до яких належать природно-ресурсний потенціал, національна та культурна спадщина, геополітичні характеристики (географічне розташування, розмір території, наявність виходу до моря), а також історичні події, які мали вплив на розвиток державності. Важливу роль відіграють також відомі постаті, образ яких тісно пов'язаний з історією країни, а також основна форма державного устрою та структура управління.

"Умовно-динамічні" соціологічні фактори включають настрої в суспільстві, форми політичної інтеграції громадян, структуру та принципи діяльності політичних об'єднань, а також моральні цінності і цілі розвитку суспільства.

"Умовно-динамічні" інституційні фактори охоплюють економічну стабільність, яка оцінюється за допомогою показників ВВП, доходу на душу населення, рівня інвестицій, а також фінансової забезпеченості різних рівнів бюджетів. Важливим є також правовий простір, що визначається відповідністю національних норм міжнародним стандартам, а також функціонування державного регулювання в різних сферах.

Г. Даулінг, також виділяє кілька факторів формування іміджу держави, зокрема політичний устрій, діяльність суспільно-політичних лідерів, культура, наукові досягнення, новини, експорт культурних цінностей, спортивні події, а також туристична реклама, експорт товарів і послуг та реклама брендів.

Слід відзначити, що основні методи формування політичного іміджу держави охоплюють історико-культурні, комунікаційні, економічні, соціальні та психологічні підходи. Кожен з цих аспектів враховує різноманітні елементи, які складають загальний образ країни в очах її громадян та міжнародних партнерів. Аналіз цих підходів дає можливість зрозуміти, як можна впливати на імідж держави, використовуючи різні інструменти та стратегії, що відповідають вимогам сучасного світу [50].

Поговоримо про ці підходи більш докладніше. Спочатку зосередимо свою увагу на першому підході у формуванні політичного іміджу держави.

Історико-культурний підхід до формування політичного іміджу держави ґрунтується на важливості історичної спадщини та культурних особливостей для створення образу країни. Історія, традиції, культурні символи та національна ідентичність є основними чинниками, що визначають, як інші країни та міжнародні партнери сприймають державу. Цей підхід підкреслює значення національних героїв, важливих подій та культурних досягнень, які не лише формують внутрішній імідж країни, а й мають велике значення на зовнішньому рівні. З історичної точки зору, імідж держави часто базується на тому, як вона сама розуміє своє минуле та як це відображається на її сучасному становищі.

Історичні події, такі як війни, революції або великі досягнення, а також катастрофи, формують колективну пам'ять нації і, відповідно, її імідж у світі. З

часом ці події можуть стати частиною національного міфу, що впливає на ставлення громадян і зовнішнього світу до держави. Наприклад, країни з багатою історією культурних досягнень чи значущими революційними подіями можуть використовувати ці моменти для просування свого іміджу на міжнародній арені. Важливою складовою є національна ідентичність, яка охоплює мову, традиції, звичаї, релігійні переконання та культурні практики, що формують унікальний образ держави в очах інших народів.

Культурні символи, такі як герби, прапори, архітектурні пам'ятки, а також національні святкування та пам'ятні дати, є важливими елементами, які визначають образ держави. Вони можуть бути потужними інструментами у формуванні іміджу, оскільки викликають емоційний відгук не лише всередині країни, але й на міжнародному рівні. Наприклад, святкування державних свят, організація міжнародних культурних заходів або участь у міжнародних форумах сприяють створенню позитивного іміджу і демонструють культурну ідентичність на світовій арені [21].

Даний підхід передбачає активне використання культурної дипломатії, коли держави просувають свою культуру за кордоном. Це може включати організацію виставок, культурних обмінів, міжнародних фестивалів, а також освітні програми і підтримку національних культурних інститутів у інших країнах. Така діяльність допомагає формувати образ держави як культурно багатой та прогресивної, здатної впливати на міжнародну спільноту через мистецтво, науку та інші культурні досягнення.

Проте, незважаючи на переваги, історико-культурний підхід може зіткнутися з певними проблемами. Однією з них є можливість використання історичних міфів або спотворення фактів для створення бажаного іміджу. Такі дії можуть негативно вплинути на міжнародні відносини, особливо коли йдеться про суперечливі історичні події, які трактуються по-різному в різних країнах. Крім того, надмірна увага до культурних символів та історичних моментів може затьмарити інші важливі складові іміджу держави, такі як економічна стабільність або політична прозорість.

Комунікаційний підхід є важливим елементом у формуванні політичного іміджу держави та полягає у створенні і підтримці її позитивного образу за допомогою різноманітних комунікаційних методів і стратегій. Це включає інтеграцію масмедіа, публічних відносин, реклами та інших інструментів для формування уявлень про державу серед різних аудиторій, як на внутрішньому, так і на міжнародному рівнях.

Політичний імідж визначає те, як країну сприймають в світі та всередині її кордонів, зокрема, щодо політичної стабільності, економічного розвитку, культурних досягнень і міжнародної репутації. Позитивний імідж може сприяти залученню інвестицій, розвитку туризму, зміцненню зовнішньої політики та встановленню нових партнерських відносин.

Формування іміджу здійснюється через комплексну комунікаційну стратегію, яка охоплює пропаганду національних досягнень, покращення репутації на міжнародній арені, кризове управління та адаптацію до умов глобалізації. Державні органи повинні активно працювати над створенням позитивного образу за допомогою дипломатичних інструментів, участі у міжнародних організаціях, культурних обмінів та інформаційних кампаній.

Для ефективного формування політичного іміджу необхідно забезпечити прозоре та чітке спілкування всередині країни. Це передбачає наявність інститутів, які займаються моніторингом громадської думки, аналізом потреб населення та просуванням політичних ініціатив через ЗМІ та соціальні мережі. Важливим є також активне залучення політичних лідерів для підвищення довіри до державних інститутів [43].

На міжнародному рівні важливою складовою формування іміджу є стратегічна комунікація з іншими державами, міжнародними організаціями та глобальними медіа. Це включає публічні виступи лідерів, дипломатичні ініціативи, участь у міжнародних форумах і переговорах, а також використання медіа для поширення важливих меседжів про країну. Позитивний імідж на міжнародній арені може значно впливати на політичні та економічні відносини.

У разі виникнення кризових ситуацій, таких як економічні, соціальні або політичні труднощі, необхідно мати чіткий план для збереження іміджу держави. Це включає оперативне реагування на інциденти, виправлення непорозумінь через прес-релізи, публічні заяви та діалог із громадськістю. Правильна комунікація під час кризи є ключовим фактором для підтримки довіри до держави.

Сучасні комунікаційні методи також включають використання цифрових технологій для формування іміджу. Соціальні мережі, цифрові платформи, онлайн-трансляції та інтернет-ресурси дозволяють швидко і ефективно створювати позитивний образ держави, охоплюючи велику аудиторію. Важливо при цьому генерувати контент, який відповідає інтересам різних соціальних груп як всередині країни, так і за її межами.

Крім того, важливо постійно моніторити та оцінювати ефективність комунікаційних кампаній. Використання аналітичних інструментів для вивчення того, як країна сприймається на різних платформах і в різних регіонах, дає можливість коригувати стратегію і підвищувати результативність комунікацій.

Економічний підхід виступає, як опора для політичного іміджу держави, бо він зосереджений на тому, як економічні фактори та стратегічні економічні рішення впливають на сприйняття країни на міжнародній арені. Цей підхід передбачає використання економічного потенціалу для створення позитивного образу держави серед інших країн та її громадян. Основні аспекти цього підходу можна розглянути в кількох напрямках [4, с. 24-25].

Економічна стабільність є основою для позитивного політичного іміджу. Країни з сильною економікою, стабільними фінансовими інститутами та низьким рівнем інфляції здебільшого сприймаються як надійні міжнародні партнери. Це сприяє залученню інвестицій, розвитку бізнесу та покращенню репутації як на внутрішньому, так і на міжнародному рівні. Натомість економічні кризи та нестабільність можуть призвести до негативного сприйняття, скорочення інвестицій та соціальних протестів.

Інвестиції, як внутрішні, так і зовнішні, мають значний вплив на імідж держави. Країни, які активно вкладають кошти в розвиток інфраструктури, нових технологій, науки та енергетики, часто формують образ прогресивних і інноваційних. Це підвищує їхній міжнародний статус, залучає бізнес-партнерів і покращує економічні показники. Зовнішні інвестиції не тільки сприяють економічному зростанню, але й укріплюють позиції держави в глобальних економічних відносинах.

Активна участь країни в міжнародній торгівлі також відіграє важливу роль у формуванні її політичного іміджу. Країни, що експортують високоякісні товари, здатні створити репутацію надійного постачальника на світовому ринку. Це стимулює розвиток економічних відносин, залучає нових партнерів і створює стабільні економічні зв'язки. З іншого боку, економічні санкції або обмеження на експорт можуть негативно позначитися на іміджі країни, формуючи образ ізоляціоніста або держави з обмеженими можливостями для розвитку.

Економічні реформи прямо впливають на політичний імідж країни. Ті держави, що проводять реформи, які призводять до модернізації економіки, покращення добробуту громадян та інвестиційного клімату, зміцнюють свою репутацію на міжнародній арені. Однак неуспішні або корумповані реформи, які не дають очікуваних результатів, можуть призвести до негативного сприйняття, посилюючи недовіру як серед населення, так і на міжнародному рівні.

Економічна дипломатія включає використання економічних інтересів для зміцнення політичного впливу країни на міжнародній арені. У цьому контексті політичний імідж може бути підкріплений через створення економічних блоків, участь у міжнародних економічних організаціях (наприклад, СОТ, МВФ) або укладання вигідних двосторонніх угод. Завдяки активній економічній дипломатії країна може продемонструвати свою значущість у глобальних процесах та готовність до співпраці [6, с. 11-12].

Економічна допомога, яку країна надає іншим державам, або участь у міжнародних гуманітарних ініціативах є важливою складовою економічного підходу до формування політичного іміджу. Держави, які активно долучаються

до боротьби з глобальними кризами, природними катастрофами або вирішенням гуманітарних проблем, здатні створити образ відповідальних і співчутливих країн. Така діяльність не лише покращує імідж, але й укріплює міжнародні зв'язки та збільшує рівень довіри до цієї країни.

Окрім того, економічний підхід охоплює культурний експорт і розвиток туризму. Підтримка культурних проектів, кінематографії, мистецтва та інших форм культурної діяльності допомагає формувати позитивний імідж країни, приваблюючи туристів і інвестиції в культурні та освітні ініціативи. Розвиток туристичної інфраструктури також сприяє покращенню іміджу держави, адже туризм створює можливості для міжнародних контактів і культурного обміну.

Перейдемо до обговорення соціального підходу, який формує політичний імідж країни. Він фокусується на взаємодії між державою, її громадянами, міжнародними партнерами та іншими соціальними групами. Цей підхід вимагає врахування суспільних очікувань, культурних цінностей і норм, а також аналізу соціальних процесів, що впливають на те, як держава сприймається її громадянами і в міжнародному контексті. Крім того, він передбачає відповідальність держави за вирішення важливих соціальних питань і забезпечення добробуту населення.

Ключовим елементом цього підходу є відстеження громадської думки щодо діяльності урядових органів, що дозволяє коригувати політику та вжити заходів для збереження позитивного іміджу [5].

Формування політичного іміджу також неможливе без урахування міжнародних відносин. Взаємодія в рамках міжнародних організацій, надання допомоги іншим країнам, дипломатичні ініціативи та політика взаємної підтримки сприяють формуванню соціального фону для позитивного іміджу на міжнародній арені.

Психологічний підхід зосереджується на впливі емоцій, переконань, ідентичності та підсвідомих установок як громадян, так і міжнародної спільноти на формування політичного іміджу держави. Тут важливими є методи впливу на сприйняття через символи, медіа та врахування колективної пам'яті і культури.

Мас-медіа відіграють ключову роль у створенні політичного іміджу, оскільки через телебачення, радіо, Інтернет і соціальні мережі держава може керувати інформацією, підвищуючи свою популярність або змінюючи ставлення до себе. Завдяки емоційним технікам, які використовують ЗМІ, можна ефективно впливати на громадську думку [18, с. 101-102].

Формування політичного іміджу держави також тісно пов'язане з національною ідентичністю. Символи, героїчні розповіді, культурні та історичні пам'ятки сприяють психологічному зв'язку громадян зі своєю державою, що, у свою чергу, формує позитивний імідж. Важливими в цьому контексті є почуття національної гордості, патріотизму та спільної історії.

Також психологічний підхід враховує емоційну складову у міжнародних відносинах. Спільні кризи, гуманітарні катастрофи або допомога в разі природних лих допомагають сформувати позитивний імідж держави в очах інших країн. Емоційна взаємодія, така як співчуття або надання підтримки, створює враження про державу як таку, що володіє доброю волею і моральною відповідальністю на міжнародній арені.

Отже, існують різноманітні підходи, до формування політичного іміджу держави. Від історико-культурного, який формується впродовж всієї історії країни. І, до комунікаційного, економічного, соціального, та психологічного підходів, які необхідні для підтримання та формування іміджу країни вже у процесі сходження її на "Олімп" на міжнародній арені.

РОЗДІЛ II

МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ФОРМУВАННЯ ТА ПІДТРИМКИ ПОЛІТИЧНОГО ІМІДЖУ ДЕРЖАВИ

2.1. Політичний імідж розвинених країн: досвід США, Німеччини, Великої Британії

У сучасних умовах, коли глобалізація та інформаційні технології мають дедалі більший вплив, політичний імідж набуває вирішального значення для успіху в політичній сфері. Це особливо актуально для міжнародних відносин та співпраці між державами.

Розвинені країни, будучи центрами сили та впливу на світовій арені, є прикладом для інших членів світової спільноти та відіграють провідну роль у вирішенні глобальних проблем. Їхню політику традиційно пов'язують із захистом загальнолюдських цінностей: демократії, прав людини, свободи. Однак у міждержавних відносинах простежується суперечливе і часто негативне ставлення до політичного іміджу цих країн. Розглянуто механізми формування політичного іміджу розвинених країн та причини (зокрема, історичне минуле, традиції, сучасний спосіб життя та цінності сучасної Європи), які призвели до виникнення негативних стереотипів щодо перелічених країн.

Розвинені країни культивують свої іміджі за допомогою креативної політики, проте часто стикаються з труднощами у створенні позитивного та стабільного політичного іміджу. Такі результати зумовлені думкою про те, що сучасний світ перетворюється на генератор конфліктів, калейдоскоп страшних і неоднозначних образів, і люди починають усвідомлювати, що загальна картина сучасної Європи не така вже й райдужна, а традиційний політичний образ успішної Європи втратив свої початкові інформативні функції [49].

Суспільство висуває до політиків певні очікування, вимагаючи від них певного місця, певних видів діяльності, певних духовних якостей і навіть певного зовнішнього вигляду відповідно до очікуваного рольового іміджу.

Науковці зазначають, що сучасний політик повинен насамперед володіти непересічним даром слова і громадського духу, бути мудрим державним діячем, а також бути зацікавленим у національному добробуті. Ці характеристики мають передавати різні конотації в політичній сфері та визначати необхідність доступу до влади, компетентності, інтелекту, надійності та досвіду у сфері суспільного блага. Крім того, вони можуть бути індуковані, зокрема, саморекламою та політичним маркетингом. Інформація про вплив політика на сприйняття політичного іміджу, створення гіпотетичних рамок управління політикою та політичної організації має бути вичерпною, цілісною та послідовною, відображати суть діяльності, не допускаючи при цьому відчуття маніпуляції або несхвалення певних заздалегідь визначених політичних намірів.

Перейдімо, до обговорення політичного іміджу США. Бо ця країна на сьогодні є провідною за сферами економічного, політичного, військового і т.д. розвитку у світі [37].

США сьогодні сприймаються як світовий лідер, держава, яка за рівнем і масштабами розвитку випереджає чимало інших розвинених країн. Формування позитивного державного іміджу, або ж «брендинг» країни, в США здійснювалося двома основними способами: через маркетингові інструменти та в рамках політичної і дипломатичної діяльності. Завдяки цьому підходу США утримують свою провідну позицію у світі, хоча останнім часом їхній імідж зазнає значних змін.

Актуальність вивчення цього феномену зумовила необхідність аналізу існуючих підходів, поглядів і концепцій щодо іміджу держави. Брендинг країни є процесом міжкультурної комунікації, який допомагає сформувати позитивне сприйняття держави серед міжнародної спільноти, що посилює її «м'яку силу».

Сучасні цифрові технології та глобалізація товарів і послуг стирають культурні й економічні бар'єри між країнами, стимулюючи конкуренцію за інвестиції та туристичні потоки. У цих умовах репутація стає стратегічною перевагою, яка дозволяє країнам і містам виділятися в умовах глобального суперництва.

Формування бренду країни – це не лише економічно вигідний процес, але й важливий політичний і стратегічний інструмент. У сучасному світі дипломатія значною мірою залежить від ефективної маркетингової стратегії держави. Такий підхід обумовлений не тільки глобалізацією споживання та інвестицій, а й залежністю держав від підприємництва та ринкових механізмів управління. Хоча поточні події не завжди впливають на довгострокову репутацію країн, їхній короткостроковий ефект може бути дуже значним. Сьогодні державний брендинг стає ключовим інструментом у позиціонуванні країни як впливового актора на міжнародній арені.

Імідж держави формується під впливом багатьох чинників: економічних досягнень, соціальних і освітніх успіхів, наукового прогресу, рівня військової потужності, а також суспільних цінностей, таких як верховенство права та розвиток демократії. Одним із викликів є гармонійне співіснування внутрішнього та зовнішнього іміджів держави, що в реальності досягти досить складно. Проте процеси глобалізації змушують країни приділяти дедалі більше уваги створенню привабливого зовнішнього образу [2, с. 33-34].

США мають великий досвід у цьому напрямку, активно використовуючи свій імідж для реалізації національних інтересів і посилення міжнародного впливу. Ключову роль у формуванні американського образу відіграють аналітичні центри та культурно-політичні інструменти, такі як кіноіндустрія. Щороку Голлівуд випускає сотні фільмів, які пропагують національні ідеї, стиль життя та цінності, показуючи Америку як гаранта миру та безпеки. Водночас останніми роками точаться дискусії щодо викликів і зниження привабливості цього бренду.

Дослідження антиамериканських настроїв у 37 країнах демонструє, що такі явища мають універсальний характер і піддаються кількісному аналізу. Незважаючи на це, США залишаються лідерами серед держав-брендів, використовуючи свою репутацію для просування національних інтересів і збереження стабільності на світовій арені.

Досвід США у формуванні позитивного іміджу є надзвичайно цінним для України, яка нині стоїть перед завданням створення свого привабливого образу на міжнародній арені. Без цього кроку Україна не зможе ефективно відстоювати власні національні інтереси. Наразі країна має зосередитися на розробці політики, яка сприятиме позитивному сприйняттю України у світі, водночас долаючи негативні уявлення, пов'язані з високим рівнем корупції та недостатньою привабливістю інвестиційного середовища.

Наступною, до уваги ми візьмемо Німеччину, бо саме у світі вона має визначне місце серед інших країн на міжнародній арені. У "Концепції зовнішньої політики у сфері культури, освіти і науки Німеччини 2011 року" зазначено, що в найближчі роки роль теперішніх глобальних і регіональних лідерів, зокрема цієї країни, може зменшитися в світовій політиці. У документі прогнозується, що до 2050 року через швидке економічне зростання таких країн, як Китай, Бразилія, Росія та інших, Німеччина може втратити статус економічного лідера. У зв'язку з цим для неї надзвичайно важливо зберігати свій вплив на міжнародній арені, використовуючи свій позитивний імідж за кордоном. З цією метою Німеччина прагне не тільки зміцнювати партнерство з традиційними союзниками, такими як країни ЄС і США, але й налагоджувати зв'язки з новими індустріальними державами, застосовуючи широкий спектр культурних методів для впливу на них.

Підтримуючи європейську інтеграцію, керівництво Німеччини та її політична еліта завжди розуміли й досі усвідомлюють переваги, які ЄС відкриває перед країною. Саме тому Німеччина свого часу погодилася відмовитися від німецької марки, однієї з найстабільніших валют того часу, та частково пожертвувала національною ідентичністю заради європейської спільноти. Це рішення допомогло вирішити низку важливих внутрішніх питань і зміцнити міжнародні позиції країни [22, с. 99-100].

На цьому тлі прагнення Німеччини взяти на себе особливу відповідальність за майбутнє Європи, особливо в умовах тривалої світової кризи, виглядає логічним. У співпраці з Францією, Італією, Іспанією, Польщею та

іншими членами ЄС, Німеччина активно працює над збереженням європейського проєкту. Аналіз перспектив показує, що розпад ЄС може мати для цієї країни катастрофічні наслідки.

Так, у плані Міністерства закордонних справ Німеччини з європейської комунікації 2017 року зазначається, що в разі розпаду Союзу до 2025 року країна втратить свої міжнародні позиції. Брак ресурсів ускладнить реалізацію ефективної зовнішньої та культурної політики, що зменшить її вплив як у Європі, так і поза її межами. Окрім цього, розпад єврозони може посилити конкуренцію між європейськими державами, створити передумови для нових конфліктів і відкрити можливість для інших країн стати глобальними лідерами, послабивши Німеччину [11, с. 88-89].

Розуміння цих потенційних загроз мотивує Німеччину, незалежно від того, хто перебуває при владі, активно працювати над стабілізацією ЄС, зберігаючи за собою роль "локомотива" і ядра інтеграційних процесів у регіоні.

Цікаво, що Німеччина розглядає створення позитивного образу Європейського Союзу серед громадян країн-членів як один із ключових способів збереження єврозони та свого впливу в регіоні. За даними опитувань, проведених Pew Research Center у квітні 2018 року і опублікованих на сайті Міністерства закордонних справ Німеччини, лише третина жителів ЄС оцінює вплив економічного союзу на свої країни як позитивний. Натомість більшість вважає, що європейська інтеграція мала негативний вплив на їхні національні економіки.

Негативне сприйняття ЄС є особливо вираженим у таких країнах, як Греція (70%), Франція (63%), Велика Британія (61%), Італія (61%), Чехія (59%) та Іспанія (50%). Ситуація ускладнюється тим, що опитування Алленсбахського університету 2011 року показали, що 67% німців не довіряють або мають низький рівень довіри до ЄС.

У зв'язку з цим у "Стратегії європейської комунікації 2012", розробленій Міністерством закордонних справ Німеччини, наголошується на важливості роботи над покращенням іміджу ЄС як у неї, так і в інших країнах союзу. Основна мета цієї діяльності — переконати громадян у важливості збереження

еврозони та пояснити переваги спільного розвитку, що сприяє загальному процвітанню країн-членів.

Експерти переконані, що паралельне формування позитивного іміджу Німеччини та ЄС сприятиме зміцненню довіри громадян до європейської політики Німеччини.

Наше дослідження показало, що одним із найуспішніших прикладів використання політичного іміджу у публічному секторі є діяльність уряду Великої Британії. Саме ця країна активно інвестує значні бюджетні кошти у розвиток публічного іміджу, або так званий публічний маркетинг.

На думку британського уряду, публічний маркетинг — це стратегічний підхід, що передбачає застосування різноманітних методів для досягнення оперативних і політичних цілей. Головною метою є розуміння та задоволення потреб громадян. Автор дослідження визначає публічний маркетинг як інструмент некомерційного публічного управління, що допомагає реалізовувати суспільно значущі рішення за допомогою маркетингових інструментів.

У Великій Британії питаннями застосування публічного маркетингу на всіх рівнях державного управління займається Урядова служба зв'язку (The Government Communication Service). За словами британського уряду, комунікація є одним із чотирьох основних важелів управління, поряд із законодавством, регулюванням та оподаткуванням [6].

Публічний маркетинг тісно інтегрований у комунікаційну діяльність уряду. Наприклад, коли громадянин бачить на телебаченні медичну інформаційну кампанію Міністерства охорони здоров'я і соціального обслуговування (DHSC) або рекламу від Управління Її Величності з податкових та митних зборів (HMRC) у транспорті, що нагадує про необхідність подання податкової звітності, — це і є приклад публічного маркетингу, здійснюваного владою.

Велика Британія має значний історичний досвід, який безпосередньо впливає на її політичний імідж. Як одна з перших імперій, що здійснила колоніальні експансії, Британія сформувала в очах світу образ потужної нації з

розвиненою інфраструктурою та політичним впливом. Після розпаду Британської імперії країна зосередила свої зусилля на зміцненні демократичних інститутів, розвитку економіки та забезпеченні стабільності в політиці, що позитивно відобразилося на її міжнародному іміджі.

ЗМІ відіграють важливу роль у формуванні та підтримці політичного іміджу Великої Британії. Країна має потужну медіа-систему, яка включає традиційні засоби масової інформації, такі як газети та телебачення, а також новітні форми комунікації, зокрема соціальні мережі. ЗМІ активно впливають на сприйняття країни як усередині, так і за її межами. Наприклад, новини про політичні скандали, діяльність урядів або економічні досягнення можуть значно змінити громадське уявлення про політичний імідж Великої Британії.

Завдяки своєму багаторічному досвіду в дипломатії та активній участі в міжнародних організаціях, таких як ООН, НАТО і G7, Велика Британія зберігає позитивний імідж на світовій арені. Її зовнішня політика, орієнтована на мир, стабільність і права людини, сприяє формуванню образу країни, яка прагне забезпечити глобальну безпеку та розвиток. Однак, останні події, як-от Брекзит, продемонстрували, що внутрішньополітичні зміни можуть вплинути на міжнародну репутацію [13, с. 77-78].

Політичний імідж Великої Британії також значною мірою залежить від стабільності внутрішньої політики. Демократична система, розвиток прав людини та рівність перед законом сприяють формуванню образу країни з справедливим та стабільним суспільством. Проте політичні кризи, як-от скандали чи зміни в уряді, можуть змінити сприйняття Британії як нації, яка забезпечує високий рівень соціального благополуччя та стабільності для своїх громадян.

Отже, досвід цих провідних країн у світі має важливий вплив на формування політичного іміджу не тільки України, а й інших країн світу. Зокрема Європейського Союзу, до якого прагне вступити Україна вже понад тридцять років.

2.2. Аналіз застосування “м’якої сили” та публічної дипломатії для підвищення політичного іміджу

Публічна дипломатія та концепція «м’якої сили» набули популярності в останні роки, коли науковці, практики та політики в усьому світі намагаються усвідомити важливість дипломатії в різних сферах політики та розуміють дипломатію як спосіб стратегічної комунікації в міжнародній системі. Експоненціальне зростання цих понять підштовхнуло кілька інституцій до створення низки індексів для вимірювання ефективності публічної дипломатії певних країн.

М’яка сила існує у сфері цінностей, культури та норм. Здатність здобувати та утримувати м’яку силу залежить від готовності інших наслідувати, і в цьому сенсі вона орієнтована на поведінку. Вивчення «м’якої сили» забезпечує аналітичну основу, яка використовує нематеріальні активи країни для управління розподілом влади в асиметричній міжнародній системі [50].

У сучасних міжнародних відносинах формування іміджу держави є важливим завданням дипломатії, оскільки ефективність діяльності дипломатів вимірюється зміцненням позицій країни на світовій арені та гармонізацією її національних інтересів з інтересами інших країн. Професійні дипломати, будучи представниками своєї держави у зовнішній політиці, значною мірою впливають на підвищення її статусу та створення позитивного міжнародного іміджу, захищаючи національні інтереси на найвищому рівні. У цьому процесі особливу роль відіграють дипломатичні технології, які, поряд з іншими ресурсами, мають вирішальне значення у формуванні міжнародного іміджу країни. Одним з найбільш виразних проявів таких технологій є застосування м’якої сили.

З 80-х років ХХ століття в теорії міжнародних відносин та міжнародному політичному маркетингу активно вивчаються питання зовнішньополітичних стереотипів та іміджу держав. Це стало можливим через процеси завершення "холодної війни" і втрату ефективності використання державами "жорсткої сили" в міжнародних відносинах, яка включала військові втручання, примусову

дипломатію та економічні санкції, засновані на таких матеріальних ресурсах, як армія та економічні засоби. У нових умовах міжнародного розвитку увага перемістилася від економічної та військової потужності до пошуків шляхів покращення міжнародного іміджу країни, який має власні унікальні характеристики, здатні впливати на основні цільові аудиторії. Таким чином, в умовах змін міжнародної системи держави почали розробляти нові стратегії впливу як на окремих міжнародних акторів, так і на світове співтовариство в цілому, а одним із головних завдань зовнішньої політики стало формування конкурентоспроможної національної ідентичності. Саме в цей період формується оцінка реальної ролі привабливості іміджу держави, який стає складовою стратегії м'якої сили [45].

Один із перших учених, хто дав визначення терміну “м'яка сила”, був представник неоліберального підходу Джозеф Най. За його словами, м'яка сила – це здатність досягати бажаних результатів не через примус, а через вплив на переконання і привабливість. Ефективність цього впливу залежить від наявних ресурсів та вміння їх правильно застосовувати. До ресурсів м'якої сили відноситься культурно-ціннісна привабливість, яка ґрунтується на поширенні масової культури. Серед інструментів для просування такої привабливості є створення національних торгових мереж за кордоном, розповсюдження національних фільмів, музики, організація спортивних подій тощо, а також політичні та економічні моделі розвитку, які можуть стати привабливими для інших країн.

Таким чином, м'яка сила формується через привабливі політичні ідеали, культурні цінності та економічну політику держави. Незважаючи на неагресивний характер факторів м'якої сили, Джозеф Най зазначає, що вважати її гуманнішою за жорстку силу є помилкою, оскільки кінцевою метою переконання можуть бути дії, що суперечать інтересам інших суб'єктів. Тому протиставляти м'яку та жорстку сили неправильно, адже використання м'якої сили не виключає присутність жорсткої, а навпаки, може спиратися на військову та економічну могутність, які підвищують статус і авторитет країни на

міжнародній арені. М'яка сила може проявлятися в пропагандистському тиску, тоді як жорстка сила використовує економічні інструменти, як-от дотації та стимулювання прибутку.

У рамках аналізу концепцій м'якої та жорсткої сили варто також розглянути поняття "розумної сили". Розумна сила передбачає комбінування елементів м'якої та жорсткої сили для формування комплексної стратегії, «розумність» якої полягає у ефективному використанні різноманітних ресурсів з метою досягнення конкретної мети. Головною метою розумної сили є оптимізація зовнішньої політики держави, досягнення балансу між дипломатичними, економічними та військовими методами. Концепція м'якої сили тісно пов'язана з неоліберальною теорією міжнародних відносин, а також із теоріями демократичного миру, комерційного лібералізму та діяльністю міжнародних організацій. Основними каналами реалізації м'якої сили є публічна дипломатія, культурна дипломатія, інформаційна політика, включаючи використання соціальних мереж і медіаресурсів, міжнародна освітня політика, фінансово-економічні інструменти, залучення іноземних інвестицій, а також експорт масової культури, зокрема кінематографу, музики та шоу-бізнесу.

В рамках цього дослідження доцільно звернути увагу на публічну дипломатію, яку ми вважаємо найбільш ефективним інструментом формування міжнародного іміджу. Вона охоплює як традиційні, так і новітні методи. Концепцію публічної дипломатії через поняття м'якої сили розробив Дж. Най, який визначав її як комунікаційний механізм, спрямований на підвищення привабливості та зміцнення авторитету держави на міжнародній арені. Американські експерти вважають, що публічна дипломатія є урядовою діяльністю, яка орієнтована на просування національних інтересів через інформування та налагодження діалогу з іншими країнами [33, с. 103].

Публічна дипломатія повинна сприяти поширенню компонентів м'якої сили, таких як культура, політичні цінності та зовнішня політика держави, серед інших міжнародних учасників. Країна, яка не має привабливих цінностей, не зможе впливати на міжнародну спільноту через публічну дипломатію. Важливий

досвід у цій сфері належить США, зокрема план Маршалла, який є прикладом публічно-дипломатичної діяльності США зі стратегічною метою. Надання економічної допомоги країнам Західної Європи супроводжувалося інформаційною кампанією, що мала на меті формування позитивного іміджу США серед європейців [10, с. 222].

У постбіполярному світі публічна дипломатія стає важливим інструментом для досягнення зовнішньополітичних цілей провідних держав через просування позитивного міжнародного іміджу в рамках стратегії м'якої сили. Так, після завершення "холодної війни" країни Західної Європи та США створили в країнах Східної Європи численні ресурсоцентричні організації, які залучали громадян до освітніх, культурних та соціальних програм. Це сприяло розвитку демократичних інститутів і водночас дозволило розвивати нові ринки збуту та робочої сили, зміцнюючи політичні позиції та залучаючи нові країни на свій бік.

Отже, застосування "м'якої сили" та публічної дипломатії є важливими елементами у формуванні політичного іміджу тієї чи іншої країни. Якщо говорити про дію цієї сили на міжнародному рівні, то в сучасному світі вона регулює геополітичні конфлікти та відносини, щоб не застосовувати бідьш радикальні методи, такі як військові дії та так звану "жорстку силу".

РОЗДІЛ ІІІ

ПОЛІТИЧНИЙ ІМІДЖ УКРАЇНИ НА МІЖНАРОДНІЙ АРЕНІ

3.1. Становлення політичного іміджу України після здобуття незалежності

Для держави, яка тільки отримала незалежність життєво важливим є не лише її власний імідж, але й імідж інших. Це, втім, є усталеним фактом життя для всіх країн, Суть цього твердження добре відображають слова першого американського посла в Лондоні, призначеного Конгресом: “Я шукаю інформацію, за допомогою якої можна було б встановити політичні зв'язки в ..., що дозволило б мені судити про реальний стан справ, який ніколи не буває таким, яким його представляють сторінки газет”.

Україна також повинна була сформувати власний політичний імідж, щоб цей імідж відображав об'єктивну реальність, а не нівелював чи применшував її можливості та перспективи у відносинах з іншими країнами. При цьому завдання дипломатії полягає в тому, щоб оцінити сформований міжнародний імідж держави і в жодному разі не створювати штучний імідж, який може бути шкідливим для держави та її народів [9, с. 35-36].

За останні десять років в українській культурі з'явилася відповідна художня та наукова література, яка пропонує різноманітні інтерпретації української ідентичності та її світосприйняття в різні епохи. Проте існують різні відповіді на актуальне питання, які ставлять як українці, так і для українців: «Як я сприймаю Україну як політичну державу?». Тому не дивно, що, будуючи своє майбутнє, українці по-різному визначають його складові. Різні підходи значної кількості політиків, науковців та експертів до цього питання, а також отримані результати наклали свій відбиток на формування політичного іміджу України, яке розпочалося після періоду проходження найважливіших трансформацій, тобто на першому етапі становлення її як незалежної держави.

Відновлення незалежності України та її подальше міжнародне підтвердження стали результатом політичного процесу, який спочатку був започаткований невеликими групами поза партійно-державним апаратом, потім охопив членів останнього і, нарешті, поширився на широкі маси виборців.

Тема формування політичного іміджу України після здобуття незалежності є важливою в наш час з огляду на те, що його формування відображає реальний стан справ, з якого випливає довгострокова стратегія і тактика української влади. Все це має відношення до першочергового завдання організації впливу на міжнародну аудиторію та майбутньої позиції України на міжнародній арені. Незважаючи на велику кількість досліджень, присвячених іміджу держави, дуже мало робіт розкривають структуру цього іміджу і ті аспекти, які найкраще характеризують ту чи іншу територію. Не менш рідкісними є спроби комплексного дослідження міжнародного іміджу України [12, с. 99-100].

Слід виділити чотири етапи у творенні політичного іміджу України:

Перший етап (1991–1994 роки) характеризувався здобуттям незалежності України та формуванням національної ідентичності. Основними проблемами цього періоду були пошук нових міжнародних партнерів і встановлення з ними ділових зв'язків, а питання формування позитивного іміджу країни ще не ставало на порядок денний.

У цей час Україна отримала перші атрибути незалежної держави. Так, у 1991 році був ухвалений Закон про державний кордон України, який визначав його недоторканність та правила перетину. У 1992 році Верховна Рада затвердила музичну редакцію Державного гімну, а також ухвалила постанови про Державний прапор і герб України. У цей період Президент Леонід Кравчук підписав Гельсінський підсумковий акт, який підтверджував непорушність кордонів України та відсутність у неї територіальних претензій до інших держав. Україна була визнана незалежною державою іншими країнами (перша країна, яка визнала незалежність України, була Польща 2 грудня 1991 року, а протягом першого року незалежності її суверенітет визнав понад 130 держав, з якими було встановлено дипломатичні відносини, а 40 країн відкрили свої представництва в

Києві). Також було підписано низку протоколів, що закріплювали міжнародні відносини України з іншими державами.

З 1992 року Україна приєдналася до діяльності Організації з безпеки і співпраці в Європі (ОБСЄ), стала членом Міжнародного валютного фонду та Світового банку, а також уклала Угоду про партнерство та співробітництво з Європейським Союзом у 1994 році.

Економічна ситуація в Україні постійно погіршувалася, і до середини 1992 року соціальна напруга досягла свого піку. Чергове підвищення цін на сільськогосподарську продукцію викликало масове невдоволення серед громадян, а шахтарі почали страйк. Зовнішній борг країни зростав, а виробництво товарів народного споживання знижувалося. У 1993 році обсяг промислового виробництва скоротився на 21%. Місячна інфляція в осінній період перевищила 75%, а в грудні досягла 90%. За даними Світового банку, рівень інфляції в Україні в другій половині 1993 року став найвищим у світі, перевищуючи навіть показники часів світових воєн. Національний банк України часто використовував механізм кредитно-грошової емісії, і лише в 1993 році вона перевищила рівень 1992 року в 25 разів. Швидке падіння курсу купонокарбованця посилило недовіру населення до національної валюти, яке більше довіряло іноземним грошам. Занадто низький курс національної валюти створював сприятливі умови для експлуатації національних ресурсів. У період з 1990 по 1994 рік валовий національний продукт України скоротився майже на 58%. В умовах гіперінфляції внутрішня та зовнішня торгівля все більше переходила на бартер, причому імпорт часто здійснювався за завищеними цінами. У цей складний період Кабінет Міністрів намагався одночасно зупинити падіння виробництва і приборкати інфляцію, але жодне з цих завдань так і не було вирішено [49].

Результатом цього етапу стало визнання іміджу України як молодої, незалежної держави, яка стикається з важкими викликами, а також зміцнення міжнародних зв'язків і поширення інформації про країну в світі.

Другий етап (1994—2002 роки) — це період подальшого хаотичного формування іміджу України, коли відбулися позитивні зміни в економіці, стабілізувався зовнішній курс і посилилась роль держави як одного з регіональних лідерів. У 1994—1995 роках у зовнішній політиці України з'явилися нові акценти: економічні питання були поставлені на рівень з політичними та національно-безпечними інтересами. Зростала важливість створення сприятливих зовнішніх умов для соціально-економічних реформ і забезпечення ролі України як впливового гравця у Центрально-Східноєвропейському регіоні. Україна також активніше долучалася до європейських процесів. Завдяки збалансованій зовнішній політиці з 1995 року почалися позитивні зміни в міжнародному ставленні до України, її все більше сприймали як важливу державу для регіональної безпеки та стабільності Європи. Одним з чинників цього була послідовна політика щодо ядерного роззброєння, дотримання міжнародних зобов'язань та демократичних принципів. Важливу роль у цьому відіграла й політична стабільність всередині країни, зокрема поступове вирішення питань національних меншин.

З 2 вересня 1996 року, згідно з Указом Президента України, було введено в обіг національну валюту — гривню, що стало одним із основних символів незалежної держави [47].

На цьому етапі досягнуто стабільності та незмінності зовнішньополітичного курсу України, який був послідовним і передбачуваним. Це сприяло макроекономічній стабільності, що допомогло створити імідж нашої держави як надійного партнера як на регіональному, так і на міжнародному рівні. Також були зроблені перші кроки до розробки державних програм для формування іміджу України.

Третій етап: 2003—2009 роки — це період, коли Україна зробила перші значні кроки у напрямку формування свого іміджу, водночас це був час як можливостей, так і втрат, що вплинули на становлення позитивного іміджу країни.

У 2003 році Кабінет Міністрів України затвердив Державну програму для створення позитивного міжнародного іміджу країни на 2003—2006 роки, контроль за виконанням якої покладался на Міністерство закордонних справ. У програмі наголошувалося, що політика формування іміджу має об'єднувати зусилля органів державної влади та громадських організацій з використанням економічного, інтелектуального та культурного потенціалу України. У червні 2007 року була ухвалена нова Концепція програми на 2007—2010 роки, а наступна програма в 2009 році вже містила конкретні заходи, такі як розповсюдження рекламних матеріалів та участь у виставках. Проте ці ініціативи не призвели до значних позитивних змін у формуванні іміджу України.

У 2004 році після "помаранчевої революції" Україна отримала можливість покращити свій імідж у міжнародному співтоваристві, заявивши про намір стати на демократичний шлях, впровадити європейські соціальні стандарти та нові підходи до взаємин бізнесу і влади. Проте цей шанс не був належно використаний, і до влади прийшли політики, які обіцяли нові підходи до організації влади, але на практиці зміни не відбулися. Це додало негативу не тільки іміджу керівників держави, а й іміджу самої країни.

"Помаранчева революція" привернула увагу світової спільноти, викликала захоплення в пресі та політичних колах. На початку 2005 року Україна виглядала перспективною на міжнародній арені, і її бренд вважався популярним і яскравим. Однак з кінця 2005 року розкол серед політичних лідерів, постійна політична нестабільність та неефективна державна політика почали негативно впливати на міжнародний імідж країни, знижуючи її популярність і стабільність [40].

Результатом цього етапу стало формування переважно негативного іміджу України, асоційованого з високими інвестиційними ризиками та корупцією на всіх рівнях влади. Крім того, Україна в очах світу зображувалась як: — маловідома та мало впливова європейська держава, що шукає своє місце на міжнародній арені; — молода демократична країна, яка пережила Помаранчеву революцію; — країна, що перебуває у кризі, з політичною нестабільністю та неефективною владою.

Четвертий етап: 2010 рік — до сьогодні — значне погіршення іміджу держави, відхід від демократичних принципів, зростання корупції, подальша економічна нестабільність, дискредитація національної влади в очах міжнародної спільноти та громадян на фоні активізації пропаганди щодо покращення іміджу, організації Євро-2012.

24 березня 2011 року була представлена Стратегія позиціонування України на міжнародній арені, розроблена для Міністерства закордонних справ. Стратегію підготувала компанія CFC Consulting, а її основним гаслом стало "Україна — відкритість". Це гасло спрямоване на демонстрацію України як держави, яка готова до реформ, розвитку туризму, участі в глобальних процесах і залучення інвестицій. Згідно з міжнародною практикою, стратегія була представлена у формі бренд-буку [2, с. 39-40].

У рамках підготовки до Євро-2012 уряд профінансував кілька іміджевих програм, серед яких було створено рекламне відео для Євро-2012 "Увімкни Україну", яке показує країну як туристично привабливу.

Однак ці заходи та програми не свідчать про системну роботу з формування іміджу України. Негативний образ країни посилюють судові процеси над колишніми посадовцями, які часто сприймаються як політичні переслідування. Це підриває довіру до правової системи, руйнує стандарти правової держави і ставить під загрозу євроінтеграційні перспективи та залучення іноземних інвестицій. Додатково, іноземних партнерів відлякує недостатньо розвинута інфраструктура та корупція в органах влади.

Таким чином, для України тільки розпочався етап утворення політичного іміджу на міжнародній арені. Країні та її громадянам, ще потрібно довготривалий період, для того, щоб інші держави світу дізналися про неї у позитивному ключі.

3.2. Вплив російсько-української війни на сприйняття України у світі

В даному підрозділі роботи, ми поговоримо про становлення іміджу України у світі з початком повномасштабного вторгнення Росії до України. Але спочатку поговоримо про передумови цього конфлікту на Сході Європи.

24 лютого 2022 року багато українців прокинулися близько п'ятої ранку через вибухи. Жителі українських міст, таких як Київ, Харків, Житомир, Одеса, Бердянськ, Маріуполь, Бориспіль, почали ділитися у соціальних мережах фото й відео звуків вибухів, пострілів і бомб. Російська армія розпочала повномасштабне вторгнення, ввівши війська з боку кордону з Росією, Білорусі та окупованого Криму. Бої розгорнулися на Київщині, Чернігівщині, Сумщині, Харківщині, Херсонщині, а згодом — на Запоріжжі, Донеччині та Луганщині.

Ще з листопада 2021 року розпочалися попередження про можливість масштабного військового конфлікту, коли Росія почала нарощувати війська поблизу північного кордону України. У грудні Володимир Путін висунув ультиматум США і НАТО, вимагаючи не допустити вступу України та інших пострадянських країн до альянсу і не надавати їм військової допомоги, на що НАТО відповіло відмовою [41].

Тиск і нарощування військової присутності з боку Росії, а також напруга у відносинах із Заходом продовжували зростати. 28 січня російський президент заявив, що Захід ігнорує «основні побоювання Росії» щодо розширення НАТО і розташування ударної зброї поблизу її кордонів. Військові маневри і переміщення техніки тривали, і поступово європейські країни почали закликати своїх громадян та дипломатів повертатися додому.

21 лютого на засіданні Ради безпеки Росії обговорили звернення Держдуми, у якому дві фракції (Комуністична партія та “Єдина Росія”) закликали президента визнати “Л/ДНР”. У відповідь Путін визнав ці самопроголошені “республіки”. Наступного дня, 22 лютого, депутати Держдуми одноголосно ратифікували договори “про дружбу, співпрацю та взаємну допомогу” з “ДНР” і “ЛНР”. Це фактично означало вихід Росії з Мінських угод і

дало можливість офіційно ввести війська на території Донецької та Луганської областей «для підтримання миру».

Ранком 24 лютого президент Росії Володимир Путін звернувся до громадян, оголосивши про початок “спеціальної військової операції” для “денацифікації та демілітаризації України”. Це призвело до серйозної ескалації конфлікту на Донбасі, що тривав з 2014 року, і стало початком повномасштабної російсько-української війни.

Перейдемо, до безпосереднього обговорення іміджу нашої країни на міжнародній арені. Серед чинників, що впливають на динамічне сприйняття України у світі, є нинішнє збройне протистояння з Російською Федерацією, яке міжнародні політики та ЗМІ часто називають «гібридною війною». Цей конфлікт та його багатогранний характер не знаходить чіткого відображення в громадській думці іноземних держав, які часто змушені покладатися на офіційні заяви своїх політиків та суперечливі дані різних організацій, розвідувальних служб, соціальних мереж та ЗМІ. Сприйняття України у світі культивується як на локальному рівні, так і через “розмову” третіх осіб, а саме голлівудських акторів та різного роду політичних інституції [5, с. 88-90].

Однак вивчення громадської думки та аналіз питань сприйняття перебувають лише на початковому етапі свого розвитку. Розрізнені дані мають переважно соціологічне та журналістське походження, хоча ми можемо визначити певні медіа-тренди загалом і політичні зокрема. Комплексного одноджерельного дослідження громадської думки щодо сприйняття України на міжнародній арені ми не маємо.

Агресія Росії, спрямована на знищення української нації, суттєво змінила образ України в очах світу. З початку повномасштабного вторгнення 24 лютого 2022 року, Україна стала символом боротьби за свободу і демократичні цінності.

Однак велика війна також висвітлила недостатню активність української дипломатії в Африці, Азії та Латинській Америці. Важливо підсумувати досвід, здобутий у публічній та культурній дипломатії України за минулий рік. Цьому присвячений матеріал АрміяInform у проєкті «Пам’ять війни: реалії та уроки».

Сьогодні у світі м'яка сила – тобто здатність впливати за допомогою культурних та соціальних зв'язків – часто має вагомніше значення, ніж військова потуга. Безумовно, сильна армія підвищує авторитет держави, але м'який вплив залишається надзвичайно важливим у сучасній міжнародній політиці.

Російсько-українська війна, що розпочалася у 2014 році, привернула більшу увагу до того, як Україну сприймають у світі. До цього моменту питання міжнародного іміджу були менш актуальними, але з 2014 року держава почала активно працювати над створенням позитивного образу на міжнародній арені.

Довгий час Україну за кордоном асоціювали переважно з Чорнобилем, корупцією, кризами та відомими спортсменами, такими як брати Кличко і Андрій Шевченко. Проте після Революції Гідності ситуація суттєво змінилася: Україна стала символом боротьби за демократичні цінності [1].

З 2014 по 2021 роки відбулися такі зміни в роботі над національним брендом України:

- У 2015 році в Міністерстві закордонних справ було створено окремий департамент (спершу управління), відповідальний за публічну дипломатію.
- У 2017 році засновано Український Інститут, що став ключовою державною установою для здійснення публічної та культурної дипломатії.
- Проведено дослідження щодо того, як Україну сприймають за кордоном, зокрема серед громадських організацій та державних структур.
- У 2021 році запущено офіційний сайт України та відкрито відповідні сторінки в соціальних мережах.

Протягом восьми років до 24 лютого 2022 року основним завданням було ознайомити, насамперед європейську аудиторію, з українською культурою. Для цього організували спільні заходи, такі як кінофестивалі, виставки в музеях та панельні дискусії, щоб сформувати в іноземців уявлення про Україну як країну з розвиненими креативними індустріями, яка має що показати світові.

Однак події 24 лютого 2022 року кардинально змінили спосіб, у який Україна представлена на міжнародній арені. Тисячі журналістів зі США, Японії та інших країн приїхали, щоб висвітлювати події російсько-української війни, чого не було в такому масштабі у 2014 році під час окупації Криму та початку війни на Донбасі.

Таким чином, Україна стала однією з головних тем у світових ЗМІ. Наприклад, Головнокомандувач ЗСУ Валерій Залужний з'явився на обкладинці журналу TIME, а президент України Володимир Зеленський разом з "духом України" був визнаний людиною року за версією того ж видання. Візуальний образ України тепер асоціюється зі сміливими українцями, які захищають свою землю від російської агресії.

Будьмо чесними — Україна була маловідома у світі. Це сталося через кілька причин: недостатня підтримка українських студій за кордоном, відсутність ефективного підходу до пояснення війни різним регіонам, та низьку інформаційну активність України поза межами Заходу.

У 2021 році питання донесення особливостей української історії, культури та сучасної політики до іноземців через університети, аналітичні центри та міжнародні організації стало важливим завданням для держави і громадянського суспільства. Попри те, що частина цієї роботи почалася ще з 2014 року, саме останній рік значно прискорив ці процеси [7, с. 56-57].

Євроатлантичні країни залишаються ключовими партнерами України, і саме в їхніх суспільствах ми бачимо найбільшу підтримку нашої армії та держави. Різні соціологічні опитування показують, що люди там розуміють російську загрозу та важливість підтримки України для її подолання. Хоча рівень підтримки відрізняється залежно від країни, загалом понад 50% громадян схвалюють продовження військової, гуманітарної та фінансової допомоги Україні.

Після подій 24 лютого 2022 року українська дипломатія усвідомила важливість Глобального Півдня (країн Африки, Азії та Латинської Америки) для досягнення нашої перемоги над Росією. Ці країни мають особливий погляд на

війну, що визначається як історичними зв'язками з Москвою, так і їхнім ставленням до західних країн. Відповідно, сприйняття України в цих регіонах має свої особливості.

Наприклад, багато африканських країн, пам'ятаючи підтримку СРСР у здобутті незалежності, сприймають сучасну Росію як продовження Радянського Союзу. Це призводить до того, що вони схильні вважати Захід «агресором» у цьому конфлікті, а не Росію. Отже, ключовий виклик для України — переконати ці країни підтримати нас, не акцентуючи лише на військових аспектах, а наголошуючи на спільних економічних інтересах, як-от продовольча безпека.

Протягом 2022-2024 років значно поживався діалог на рівні громадянського суспільства, зокрема між українськими та африканськими правозахисниками. У Південній Африці, яка свого часу пережила режим апартеїду з систематичною дискримінацією темношкірих, працює знана Фундація Туту, названа на честь архієпископа, який боровся проти цього режиму.

У жовтні 2022 року виконавча директорка Центру громадянських свобод Олександра Романцова пояснювала колегам з Фундації Туту, чому важливо притягнути росію до відповідальності за воєнні злочини в Україні на міжнародному рівні. Аналогічно, Центр прав людини ZMINA разом з іншими організаціями працює над поширенням українських наративів в Африці. При спілкуванні з африканською аудиторією важливо звертатися до універсальних людських цінностей, оскільки їхнє сприйняття Заходу, частиною якого є й Україна, досі відчуває вплив травматичного досвіду колоніалізму [50].

Після 24 лютого пісня “Ой, у лузі червона калина” — гімн січових стрільців — стала символом української культури. Андрій Хливнюк, виконавши її на Софійській площі в перші дні повномасштабного вторгнення РФ, надав твору нове, тепер уже світове звучання.

Такий підхід до популяризації української культури за кордоном дозволяє іноземцям по-новому поглянути на нашу країну. Яскравим прикладом є проект *Notes from Ukraine* від Українського Інституту, в рамках якого американці

дізналися, що знаменита різдвяна пісня "Carol of the Bells" насправді є українським "Щедриком", написаним композитором Миколою Леонтовичем. Виконання "Щедрика" в Карнегі-холі в Нью-Йорку в грудні 2022 року стало важливим елементом формування позитивного іміджу України в США.

Що стосується Індो-Тихоокеанського регіону, то тут значною мірою на формування образу України впливає російська пропаганда. Однак є країни, такі як Південна Корея, Японія, Австралія, Нова Зеландія, які на офіційному та громадському рівні підтримують нашу країну. Водночас ситуація з Китаєм чи Індією є більш складною. Наприклад, в китайських ЗМІ події російсько-української війни часто називаються "кризою в Україні".

Індія, яка ще в часи Холодної війни підтримувала тісні зв'язки з Москвою, наразі прагне більш самостійно визначати свою зовнішню політику. Тепер, коли її населення перевищило чисельність Китаю (1,4 мільярда осіб), країна більше зосереджена на питаннях ядерної безпеки, ніж на боротьбі за демократію. Тобто індійців більше цікавить, як російсько-українська війна впливає на їхні економічні позиції в світі [45].

Захід активно намагається боротися з російською пропагандою в країнах Глобального Півдня. Наприклад, Франція офіційно визнала, що Росія через "вагнерівців" сприяє дестабілізації ситуації в колишніх французьких колоніях в Африці (Малі, Буркіна-Фасо). Тепер Захід разом з Україною шукають нові аргументи для країн Глобального Півдня, чому агресія Росії проти України повинна бути припинена і засуджена.

Проте, варто мати більш стратегічний підхід і показати перспективу світу після перемоги України. Ця перемога стане можливою, коли Росія більше не зможе становити загрозу для безпеки нашої країни. І це можливо лише за умови розпаду Росії.

Велика війна, що розпочалася після восьми років напруженого конфлікту, призвела до утворення трьох груп країн: тих, що підтримали Україну, тих, що стали на бік Росії, і тих, хто намагався залишити нейтральну позицію, аби уникнути зайвих ризиків.

Європейські країни швидко відреагували серйозними санкціями та діями проти Росії. Незважаючи на деякі розбіжності, зокрема щодо обмеження цін на нафту чи відмови Німеччини від постачання танків в Україну, європейський союз зберіг єдність у своїх діях щодо війни.

Велика Британія виділилася особливо активною риторикою та військовою підтримкою України, що можна трактувати як частину стратегії «Глобальної Британії».

Природно, Путіна підтримали Сирія та Білорусь, очолювані Башаром аль-Асадом і Олександром Лукашенком. Стосунки між Росією та Іраном вийшли на новий рівень.

Під час голосування на Генасамблеї ООН 35 країн утрималися від засудження агресії Росії. Серед них були три держави Британської Співдружності — ПАР, Пакистан і Індія, а також найбільші економіки Індо-Тихоокеанського регіону — Китай, Індія та Індонезія. Лише кілька країн, таких як Сінгапур, Південна Корея та Японія, рішуче підтримали Україну.

Такий розподіл голосів зруйнував сподівання Заходу, що країни Азії підтримають “порядок, заснований на правилах”. Більшість азійських держав, відкинувши західний підхід до конфлікту як “битву між силою і правом”, обрали більш прагматичний курс у відносинах з Росією [40].

Крім того, 51 % африканських країн утрималися від засудження Росії, що є свідченням відновлення дипломатичних практик часів холодної війни.

Особливо варто відзначити роль Туреччини, яка активно виступала посередником у врегулюванні конфлікту: уклала зернову угоду, сприяла обміну полоненими, намагалася організувати мирні переговори та підтримала розширення НАТО за рахунок Фінляндії та Швеції, що вивело її в число важливих дипломатичних гравців.

Війна Росії проти України спричинила пришвидшення процесів, які раніше здавались неможливими. За три місяці Україна отримала статус кандидата на вступ до Європейського Союзу; Європейський фонд миру виділив 2,5 мільярда євро для підтримки оборонних зусиль України; а також зміцнилось прагнення

Фінляндії та Швеції стати членами НАТО, незважаючи на побоювання щодо загострення відносин з Росією.

Роль НАТО в європейській безпеці значно посилилась, здобувши двопартійну підтримку в США, що є важливим, з огляду на період президентства Дональда Трампа. Це стало можливим завдяки розумінню, що ігнорування європейської безпеки може негативно вплинути на більш глобальний безпековий контекст, зокрема на стримування Китаю в Індо-Тихоокеанському регіоні. Стійкість України та накладені на Росію санкції стали практичним прикладом того, як Китай може зіткнутись із реакцією світу у разі агресії проти Тайваню, що може змінити китайські плани.

Відзначається новий рівень технологій у веденні військових дій. Окрім змін в європейській архітектурі безпеки, вторгнення Росії в Україну спричинило появу нового виду інформаційної війни, що поєднує можливості кібербезпеки НАТО і українську "кіберармію" [23, с. 46-47].

Використання відкритих джерел інформації (OSINT) стало особливо широким. Завдяки супутниковим знімкам, смартфонам та соціальним мережам українські Сили оборони створили ефективну мережу опору. Також варто зазначити безпрецедентне застосування безпілотних апаратів.

Героїчний опір України наближає її до ЄС і НАТО. Незважаючи на те, що питання про майбутнє членство України в НАТО часто відкидається на дипломатичному рівні, Європа, висловлюючи солідарність, надала Києву статус кандидата на вступ до ЄС, що дає можливість стати повноправним членом в найближчі роки.

Україна не погодиться на жодне припинення вогню, якщо російські війська не будуть виведені з окупованих територій, адже вона прагне до військової перемоги над агресором на своїй землі.

Блокування Росією резолюцій Ради Безпеки ООН через накладання вето демонструє, що будь-яка спроба передати справу РФ до Міжнародного кримінального суду (МКС) ймовірно завершиться таким самим чином. Тому

пропозиції щодо створення нового спеціального трибуналу для розслідування злочинів агресії набувають значної уваги і можуть стати реальністю.

Багато подій, пов'язаних із російською агресією проти України, не мають аналогів у міжнародному праві та правосудді: Міжнародний кримінальний суд отримав найбільшу в історії заявку на розслідування від держави; Рада ООН з прав людини почала власне розслідування атак Росії на цивільних осіб і цивільну інфраструктуру; Росія вийшла з Європейської конвенції з прав людини та інших угод Ради Європи [19, с. 200].

Міжнародне співтовариство намагається зберегти правові механізми для впливу на порушення територіальної цілісності та національного суверенітету. Це підтверджує важливе рішення Генеральної Асамблеї ООН від 26 квітня 2022 року щодо відповідальності постійних членів Ради Безпеки ООН за використання вето і можливих шляхів подолання цієї проблеми.

Отже, сприйняття України у світі після повномасштабного вторгнення докорінно змінилося. Адже раніше, про Україну знали тільки в рамках корупційних схем, футбольних команд чи катастрофою в Чорнобилі. А тепер після 24 лютого 2022 року, про неї заговорили в іншому контексті. А саме войовничого народу, який бореться за свою свободу та гідність проти безчесного сусіда, який протягом усієї історії країни воює з Україною.

3.3. Взаємодія держави з діаспорою та міжнародними партнерами у формуванні позитивного іміджу

Взаємозалежність у сфері публічного іміджу особливо спостерігається, коли несприятливий публічний імідж призводить до формування та розгортання деструктивної для постраждалої сторони політики. Основою дослідження є прагматичне уявлення про імідж як суспільний феномен, а також об'єктивний доказ, що ґрунтується на постулатах комплексності. Глибока інтеграція української держави в міжнародну систему та поширення терміну “діаспора” в публічній мові України визначили важливість дослідження державно-

діаспорних відносин. У період становлення незалежної української держави так зване “зовнішнє коло” - співвітчизник і загалом зовнішньополітичний чинник - стає важливою складовою консолідаційних процесів у сфері громадської думки та має реальний вплив на формування і реалізацію зовнішньополітичних рішень. Сьогодні в політичному середовищі Інститут національної політики Президента України виступає координатором, який формує та акумулює пропозиції щодо зовнішньої співпраці та співвітчизників, оскільки спільно з громадськістю визначив зв'язки з організаціями закордонної діаспори, прописує політичні позиції, представлений у комісії з питань публічної дипломатії.

На нашу думку, діаспора має значний вплив на створення позитивного іміджу держави на міжнародній арені. Люди, які живуть за межами своєї батьківщини, не тільки є представниками нації, але й стають послами її культури, традицій та цінностей. Вони можуть активно брати участь у культурних, освітніх та громадських заходах, що сприяють формуванню позитивного образу своєї країни в інших країнах. Крім того, діаспора допомагає зміцнювати економічні зв'язки, залучати інвестиції та сприяти розвитку торгівлі.

Держава повинна розробити ефективну стратегію співпраці з діаспорою, створюючи канали для комунікації та підтримки громадян, які перебувають за кордоном. Це може включати організацію структур, які об'єднують членів діаспори, надання їм інформаційних і правових послуг, а також підтримку культурних заходів, що популяризують національну спадщину. Залучення діаспори до соціально-економічних проєктів може значно покращити імідж країни на міжнародній арені [42].

Наведемо приклад участі діаспори у становленні політичного іміджу в країні. Одним із важливих аргументів на користь дослідження участі української діаспори США в державотворчих процесах є її активна роль у демократизації та трансформації України. Діаспора також брала участь у визнанні незалежності України та в становленні українських дипломатичних установ. За ініціативи американських українців було зібрано 1,7 мільйона доларів для придбання приміщень для дипломатичних представництв. Українська діаспора США з

самого початку проголошення незалежності відіграла важливу роль у процесах державотворення через різноманітні організації, товариства та спілки. У перші десятиліття розвитку Української держави діаспора активно працювала над підвищенням прозорості законодавчої діяльності в Україні, ефективною організацією парламентської роботи, поліпшенням взаємодії між гілками влади та розширенням доступу громадян до законодавчого процесу. Її участь проявлялася у формі інформаційної, моральної, політичної та матеріальної допомоги, організації конференцій, круглих столів, фінансуванні програм, публікаціях, наданні консультацій та реалізації виховних проєктів. Ці заходи сприяли формуванню демократичних цінностей серед громадян, підвищували їх політичну освіченість і допомагали створенню політичної еліти на демократичних принципах. Активна участь діаспорних інституцій сприяла реалізації проєктів у сфері громадської освіти та інформування, а також моніторингу виборчих кампаній у 1991, 1994, 1998, 2002, 2004, 2006, 2007, 2010 та 2014 роках [22, с. 201-202].

Українська громада в США була дуже активною у 2004 році, особливо у наданні фінансової допомоги та організації маніфестацій на підтримку Помаранчевої революції в таких містах, як Чикаго, Вашингтон, Нью-Йорк, Кроуфорд та інших. Як показує аналіз медіапростору українців США, для протидії негативним процесам у демократичному розвитку України, Українська національна інформаційна служба, Український конгресовий комітет Америки, Українськоамериканська координаційна рада та Союз українок Америки проводили зустрічі з представниками уряду США, організовували акції протесту та зверталися до Президента України і Парламенту. Активність української діаспори в США значно зросла в складний період російсько-української війни 2014 року. Організовані акції протесту, мітинги, маніфестації та віче мали вплив на формування громадської думки та медіа в країнах Заходу щодо порушень прав і свобод, корупції в Україні та реального стану справ, що створювало умови для вирішення існуючих проблем. Крім того, діаспора бере участь у освітніх проєктах, спрямованих на підготовку нової політичної еліти, відповідальних

управлінців та формування в молоді основ політичних і громадянських цінностей, стимулюючи їх активну участь у демократичних процесах і справедливих виборах.

Міжнародні партнери відіграють важливу роль у створенні зовнішньополітичного іміджу держави. Основними інструментами для популяризації позитивного образу країни на світовій арені є дипломатичні відносини, участь у міжнародних організаціях, економічне співробітництво та культурний обмін. Вкрай важливо, щоб країна підтримувала чесні, відкриті та взаємовигідні стосунки з іншими державами, що дозволяє створити імідж надійного партнера в очах міжнародної спільноти.

Ключовим напрямком у співпраці з міжнародними партнерами є культурна дипломатія. Через культурні події, такі як фестивалі, виставки та концерти, країна має можливість продемонструвати свою багатокультурну спадщину та сучасні досягнення. Це сприяє формуванню позитивного іміджу серед іноземців, адже культура є потужним інструментом комунікації, який здатен подолати бар'єри між народами та сприяти зближенню країн на міжнародному рівні.

Співпраця з міжнародними економічними партнерами також має суттєве значення для формування іміджу держави. Розвиток бізнес-зв'язків, залучення інвестицій, участь у міжнародних виставках і форумах дозволяють країні презентувати свої досягнення та потенціал. Позитивний економічний імідж не лише зміцнює економічні зв'язки, а й покращує загальну репутацію країни на світовій арені [3, с. 111].

Попри численні можливості для створення позитивного іміджу, існують певні виклики, які можуть вплинути на цей процес. Політичні кризи, корупція, порушення прав людини чи міжнародні скандали можуть серйозно пошкодити імідж держави. Тому важливо, щоб країна не лише працювала над позитивним образом, а й вирішувала внутрішні проблеми, які можуть негативно вплинути на її сприйняття у світі.

Отже, у майбутньому необхідно зосередитися на довгостроковій стратегії взаємодії з діаспорою та міжнародними партнерами. Підтримка інновацій,

розвиток науки і технологій, а також активна участь у вирішенні глобальних проблем сприятимуть формуванню міцного і позитивного іміджу держави на міжнародній арені.

ВИСНОВКИ

Отже, політичний імідж держави є ключовим елементом її зовнішньої політики та має значний вплив на міжнародні відносини. Це уявлення або сприйняття, яке формується в очах інших держав, міжнародних організацій та громадськості на основі різноманітної інформації, комунікацій та дипломатичної діяльності. Основними чинниками політичного іміджу є історія, культура, зовнішня політика та ефективність комунікації з іншими країнами. Сучасні дослідження підкреслюють, що цей імідж є змінним та динамічним, що обумовлено процесами глобалізації та розвитком технологій.

Один з основних чинників, що формують політичний імідж – це прозорість і ефективність управління країною. Відкритість у прийнятті рішень, боротьба з корупцією та підтримка прав людини позитивно впливають на сприйняття держави в міжнародному контексті. З іншого боку, неефективність у цих сферах може спричинити негативні стереотипи та знизити довіру з боку інших країн та організацій.

Медіа-простір також є важливим елементом у створенні політичного іміджу. Міжнародні засоби масової інформації, соціальні мережі та інтернет-платформи можуть суттєво вплинути на сприйняття держави, швидко поширюючи інформацію про ключові події чи кризові ситуації. Тому активне використання медіа для просування національних інтересів є важливим складником стратегії формування позитивного іміджу держави.

Формування політичного іміджу держави є багатогранним процесом, який потребує використання різних підходів, таких як історико-культурний, комунікаційний, економічний, соціальний та психологічний. Історико-культурний підхід дозволяє враховувати національні традиції та культурну спадщину, що сприяє створенню унікального образу країни на міжнародній сцені. Комунікаційний підхід визначає важливість медіа та інформаційних технологій у формуванні громадської думки та популяризації держави. Економічний підхід зосереджується на досягненнях у економіці та стабільності,

що відіграють важливу роль у створенні позитивного іміджу. Соціальний підхід оцінює рівень життя, соціальні програми та політику, що визначають ставлення громадян до своєї країни. Психологічний підхід досліджує, як емоційні та когнітивні фактори впливають на сприйняття держави як усередині країни, так і за її межами. Ці підходи взаємодіють, створюючи різносторонній політичний імідж, який визначає успіх держави на міжнародному та внутрішньому рівнях.

В свою чергу "м'яка сила" є важливим інструментом формування політичного іміджу держави. Вона включає культурні та освітні обміни, гуманітарні ініціативи, підтримку розвитку демократії, а також участь у міжнародних організаціях, що допомагають створювати позитивний імідж на світовій арені. Цей інструмент дає можливість державам впливати на міжнародні відносини без застосування силових методів, наголошуючи на цінностях, спільних інтересах та культурних аспектах.

Публічна дипломатія займається формуванням сприйняття держави через відкриту та прозору комунікацію, зміцнюючи зовнішні зв'язки і сприяючи довірі до країни серед міжнародної аудиторії. Вона використовує мас-медіа, соціальні мережі та інші платформи для поширення повідомлень, які можуть змінювати стереотипи та впливати на громадську думку. Активне залучення громадян до міжнародного діалогу є важливим елементом публічної дипломатії, що сприяє покращенню взаєморозуміння між країнами та народами.

Після здобуття незалежності Україна активно почала працювати над створенням свого політичного іміджу, зосереджуючи увагу на зовнішньополітичних цілях, європейській інтеграції та демократичних цінностях. Влада країни налагоджувала співпрацю з міжнародними організаціями, прагнучи стати частиною європейської спільноти та глобальних демократичних процесів. Основні зусилля були спрямовані на реформи в економічній, соціальній та правовій сферах, з метою розвитку демократії та захисту прав людини.

Проте початок російсько-української війни суттєво змінив політичний імідж України. Країна була змушена боротися за свою незалежність,

територіальну цілісність та демократичні здобутки. Агресія Росії змінила внутрішню ситуацію в Україні та значно вплинула на зовнішньополітичні відносини, поставивши на перший план питання національної безпеки та міжнародної підтримки. Війна сприяла мобілізації нації, зміцненню патріотичних настроїв та активному залученню до міжнародних політичних процесів.

Ці події сприяли позитивному сприйняттю України в світі. Країна отримала міжнародну підтримку як жертва агресії, що бореться за свою свободу, і здобула визнання мужності свого народу. У відповідь на це, світова спільнота надала Україні фінансову, військову та гуманітарну допомогу. Українська армія стала символом боротьби за демократичні цінності та європейські стандарти, що зміцнило позиції України на міжнародній арені.

Водночас, на тлі конфлікту виникли певні політичні та соціальні суперечності, що ускладнювали формування стабільного і позитивного іміджу в деяких країнах. Різні ставлення до ситуації в Україні, зокрема серед країн, які не підтримували санкцій проти Росії або не підтримували європейську інтеграцію України, створювали труднощі у формуванні єдиного позитивного іміджу на глобальному рівні. Політичні відмінності, економічні інтереси та історичні фактори часто впливали на ставлення до України в окремих регіонах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Про затвердження Державної програми забезпечення позитивного міжнародного іміджу України на 2003-2006 роки : Постанова Каб. Міністрів України від 15.10.2003 р. № 1609 : станом на 15 лют. 2006 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1609-2003-%D0%BF#Text>
2. Бебик В. Як стати популярним, перемогти на виборах і утриматися на політичному Олімпі: (Соціопсихологія і технологія політичної боротьби). В. Бебик. К., 1993.
3. Білявський М. Зміна ставлення європейських держав до України. URL: <https://razumkov.org.ua/statti/zmina-stavlennia-ievropeiskykh-derzhav-do-ukrainy>
4. Богуш Д. Майбутнє іміджу України. Українська правда. URL: <https://www.pravda.com.ua/articles/2007/11/5/3313557/>
5. Братушак О. Визнання «Л/ДНР» Росією: кінець «Мінська» та відновлення активної війни за Донбас? URL: <https://hromadske.ua/posts/viznannya-ldnr-rosiyeyukinec-minska-ta-vidnovlennya-aktivnoyi-vijni-za-donbas>
6. Бухтатий О. Нормативно-правові аспекти інституційних засад формування міжнародного позитивного іміджу України. Олександр Бухтатий, Олександр Радченко. Філософія. Humanitarium. 2017. Т. 39. №3.с.7-18. 11с.
7. Вибори-2012. Результати голосування. Українська правда. URL: <https://www.pravda.com.ua/articles/2012/10/29/6975859/>
8. Врожек Т. Страх перед Україною: Енн Еплбаум про те, чого боїться Путін. Радіо Свобода. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/epllbaum-ukrayina-rosiya-viynazakhid/31824143.html>
9. Гончаренко Р. Росія проти України. Як дійшло до великої війни перспектива. Deutsche Welle (DW). URL: <https://p.dw.com/p/44lqO>
10. Дроздовський Я. П. Проблеми формування і розвитку бренду України на міжнародній арені. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2018. № 22. с. 106–109. 107 с.

11. Інфографіка: Як сприймають Україну в країнах ЄС? Перспектива. Центр «Нова Європа». URL: <http://neweurope.org.ua/visual-materials/en-infographics-what-is-ukraine-sperception-in-the-eu/>
12. Іщенко М. Імідж України в контексті глобальних трансформаційних процесів. М. Іщенко, О. П'єцух. Політ. менеджмент. 2008. № 4.
13. Карловський Д. За добу західний кордон України перетинають 120 тисяч людей. Українська правда. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2022/02/28/7326879/>
14. Качинська Н. Політичний імідж держави: структурні та комунікаційні компоненти феномен. Віче. URL: <https://veche.kiev.ua/journal/1738/>
15. Країна як бренд. Національний бренд «Україна» URL: <http://www.niss.gov.ua/book/StrPryor/9/30.pdf>.
16. Крамар О. Зеленський підписав заявку на вступ України в ЄС. Громадське. URL: <https://hromadske.ua/posts/zelenskij-pidpisav-zayavku-na-vstup-ukrayini-v-yes>
17. Кривошеїн В. В. Імідж як категорія системології політичного сприйняття. В. В. Кривошеїн. Політ. менеджмент. 2005. № 3 (12).
18. Крименюк О., Отт М. Від початку часів: якими були вісім скликань Верховної Ради? VoxUkraine. URL: <https://voxukraine.org/uk/spravi-davno-i-ne-duzhe-minulih-dniv/>
19. Кулеба О. В. Періодизація процесу формування та становлення іміджу України. Олексій Володимирович Кулеба. Інвестиції: практика та досвід. 2013. №4.
20. Луценко Є. Єврокомісія рекомендувала надати Україні статус кандидата на вступ до ЄС. Що це означає? Громадське. URL: <https://hromadske.ua/posts/yevrokomisiyarekomendovala-nadati-ukrayini-status-kandidata-na-vstup-do-yes>
21. Максак Г. Просування іміджу України за кордоном. Портал зовнішньої політики України. URL: <http://fpp.com.ua/topic/prosuvannya-imidzhu-ukrayiny-za-kordonom/>

- 22.Мінгареллі: Дезінформація негативно вплинула на імідж України в Європі. Interfax Ukraine. URL: <https://ua.interfax.com.ua/news/political/477090.html>
- 23.Не передбачив вторгнення РФ: у Франції звільняють голову розвідки. Європейська правда. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/news/2022/03/31/7136949/>
- 24.Німці солідарні з Україною. Суспільство Німеччини посилює тиск на власний уряд для надання Україні більшої допомоги. Еспресо.TV. URL: <https://espresso.tv/nimtsisolidarni-z-ukrainoyu-suspilstvo-nimechchini-posilyue-tisk-na-vlasniy-uryadavdeeva>
- 25.Осмоловська А. О. Чинники формування образу країни на міжнародній арені. Політичне життя. 2018. №2.
- 26.Подольчак Н.Ю., Білик О.І., Ханик Ю. Б.Р. Поняття публічного маркетингу та приклади його застосування в Україні. Інвестиції: практика та досвід. 2020. № 1.
- 27.Політична іміджелогія: методичні рекомендації до дисципліни. Уклад. М. М. Лагунова. К., 2004.
- 28.Рекламувати Україну за кордоном будуть Гарнюня і Спритко. Український тиждень. URL: <https://tyzhden.ua/News/19425>
- 29.Савон К. В. Міжнародний імідж України: сучасний стан та перспективи розвитку. Актуальні проблеми політики. 2019. № 64.
- 30.Святковська Ю. Ю. «М'яка сила» як інструмент зовнішньої політики держави. Наукові праці. Політологія. 2017. Т. 297. №285.
- 31.Семченко О. «М'яка сила» держави як потенціал іміджу України. Олександр Семченко. Інформаційне суспільство, політичний менеджмент. 2012. № 4- 5. с. 271.
- 32.Сидоренко С. До ЄС у турборежимі: як та коли розглядатимуть заявку України про прискорений вступ. Європейська правда. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/articles/2022/03/1/7134994/>

33. Сидоренко С. Кандидат з нюансами: що відбувається у ЄС перед історичним рішенням щодо України. Європейська правда . URL: <https://www.euointegration.com.ua/articles/2022/06/10/7140976/>
34. Сітнікова І. Єврокомісія підготує висновок щодо статусу кандидата України у ЄС до кінця наступного тижня — Урсула фон дер Ляєн. Громадське. URL: <https://hromadske.ua/posts/yevrokomisiya-pidgotuye-visnovok-shodo-statusu-45-kandidata-ukrayini-u-yes-do-kincyua-nastupnogo-tizhnya-ursula-fon-der-lyayen>
35. Сітнікова І. Європарламент рекомендував надати Україні статус кандидата на вступ до ЄС. Громадське. URL: <https://hromadske.ua/posts/yevroparlament-rekomenduvav-nadatiukrayini-status-kandidata-na-vstup-do-yes>
36. Сонін К. Взяти Київ за 3 дні: хто привів Росію до катастрофічних рішень 24 лютого. 24 канал. URL: https://24tv.ua/vzyati-kiyiv-za-3-dni-hto-priviv-rosiyu-do-katastrofichnih-rishen_n1988281
37. Сьоме загальнонаціональне опитування: Україна в умовах війни (30-31 березня 2022). Соціологічна група Рейтинг. URL: https://ratinggroup.ua/research/ukraine/sedmoy_obschenacionalnyy_opros_ukraina_v_usloviyah_voyny_30-31_marta_2022.html
38. Ханик Ю.Б.Р. Публічний маркетинг: класифікація, алгоритм проведення та формування загальної системи. Інвестиції: практика та досвід. 2021. № 10.
39. Яким є міжнародний імідж України сьогодні. Всеукраїнська громадська Місія «Україна-відома». URL: www.ukrcognita.com.ua.
40. A historical timeline of post-independence Ukraine. PBS NewsHour. URL: <https://www.pbs.org/newshour/world/a-historical-timeline-of-post-independenceukraine>
41. Conflict in Ukraine. Global Conflict Tracker. URL: www.cfr.org/global-conflicttracker/conflict/conflict-ukraine
42. Corruption Perceptions Index, Ukraine. Transparency International. URL: <https://www.transparency.org/en/cpi/2012/index/ukr>

43. Democracy Index 2021 The China challenge. The Economist Intelligence Unit Limited. URL: https://www.stockwatch.com.cy/sites/default/files/newsdownloads/feb11_2022_eiu-democracy-index-2021.pdf
44. Democracy Scores. Freedom House. URL: <https://freedomhouse.org/countries/nationstransit/scores>
45. Dickinson P. How Ukraine's Orange Revolution shaped twenty-first century geopolitics. Atlantic Council's UkraineAlert. URL: <https://www.atlanticcouncil.org/blogs/ukrainealert/how-ukraines-orange-revolutionshaped-twenty-first-century-geopolitics/>
46. EU's response to the war in Ukraine. Eurobarometer. URL: <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2772>
47. Global Freedom Scores. Freedom House. URL: <https://freedomhouse.org/countries/freedomworld/scores>
48. image (n.) Online Etymology Dictionary . URL: <https://www.etymonline.com/word/image>
49. Kirby J., Guyer J. Russia's war in Ukraine, explained. Vox. URL: <https://www.vox.com/2022/2/23/22948534/russia-ukraine-war-putin-explosionsinvasion-explained>
50. Martin, I.M. Measuring a Multi-Dimensional Construct: Country Image. Martin, I.M., Eroglu, S. Journal of Business Research, 1993. Vol. 28. pp.