

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЛІНГВІСТИКИ ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ
КАФЕДРА СОЦІОЛОГІЇ ТА ПОЛІТОЛОГІЇ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувачка випускової кафедри

_____ О.А. Хомерікі

« ____ » _____ 2023 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА
ВИПУСКНИКА ОСВІТНЬОГО РІВНЯ БАКАЛАВР
ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 052 «ПОЛІТОЛОГІЯ»

Тема: Механізми формування іміджу України у світовому інформаційному просторі

Текст роботи містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

Виконавець: здобувач ПЛ – 413 ПАСІЧНИЙ Ігор Володимирович

Керівник: кандидат політичних наук, доцент, доцент кафедри соціології та політології Буряченко Олексій Валентинович

КИЇВ 2023

РЕФЕРАТ

Робота містить: 80 сторінок, 50 посилань на літературні джерела.

Мета роботи: визначити та дослідити механізми формування іміджу України, що використовуються у глобальному інформаційному просторі, проаналізувати ефективність та вплив сприйняття України у міжнародному співтоваристві.

Реалізація вказаної мети передбачає вирішення наступних **завдань:**

1. Розглянути підходи до вивчення формування іміджу в інформаційному просторі.
2. Описати сучасні тенденції розвитку репутації у глобальному медіа просторі.
3. Охарактеризувати ефективність та вплив сприйняття держави в зовнішньо політичному співтоваристві.
4. Проаналізувати імідж України в інформаційному середовищі.

Об'єкт: політичні інститути та засоби масової інформації (ЗМІ).

Предмет: процес формування іміджу держави в глобальному інформаційному просторі.

Методи дослідження: аналіз літератури та даних, узагальнення теоретичних положень.

Ключові слова: ІМІДЖ, ЗАСОБИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ, ІМІДЖ УКРАЇНИ, СВІТОВИЙ ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОСТІР.

ABSTRACT

The work contains: 80 pages, 50 references to literary sources.

The purpose of the work: to determine and investigate the mechanisms of formation of the image of Ukraine used in the global information space, to analyze the effectiveness and impact of the perception of Ukraine in the international community.

The implementation of this goal involves solving the following **tasks:**

1. Consider approaches to the study of image formation in the information space.
2. To describe the current trends in the development of reputation in the global media space.
3. To characterize the effectiveness and influence of the perception of the state in the foreign political community.
4. To analyze the image of Ukraine in the information environment.

Object: political institutions and media.

Subject: the process of forming the image of the state in the global information space.

Research methods: analysis of literature and data, generalization of theoretical provisions.

Keywords: IMAGE, MASS MEDIA, IMAGE OF UKRAINE, WORLD INFORMATION SPACE.

ЗМІСТ

ВСТУП	2
РОЗДІЛ 1. ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИЧНОГО ІМІДЖУ УКРАЇНИ	7
1.1. Поняття іміджу держави у науковому й політичному дискурсі.....	7
1.2. Механізми утворення іміджу України.....	14
1.3. Формування іміджу України в інформаційному просторі.....	23
Висновок до першого розділу.....	29
РОЗДІЛ 2. АСПЕКТИ ІМІДЖУ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ	31
2.1 Вплив засобів масової інформації на формування іміджу.....	31
2.2 Досвід формування іміджу в різних країнах світу.....	38
2.3 Оцінка ефективності державного іміджу.....	46
Висновок до другого розділу.....	52
РОЗДІЛ 3. ТЕНДЕНЦІЇ ІМІДЖУ УКРАЇНИ В ГЛОБАЛЬНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ	54
3.1 Аналіз існуючого іміджу України в світі.....	54
3.2 Україна в міжнародних новинах та соціальних мережах.....	63
3.3 Рекомендації щодо поліпшення іміджу України. (Анкета соціологічного опитування).....	70
Висновок до третього розділу.....	76
ВИСНОВКИ	77
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	81

ВСТУП

Актуальність теми дослідження: У сучасному глобалізованому світі політичні актори (держави, уряди і політичні інститути, окремі політики) все частіше звертаються до інформаційно-комунікаційних засобів для формування свого іміджу. Розвиток інформаційних технологій, необмежене використання великих обсягів інформації та інтенсивний обмін інформацією розмивають кордони між країнами та народами. Сучасні інформаційні технології та Інтернет створюють принципово нові умови для виживання людства. Тут на зміну традиційним засобам обміну інформації приходять віртуальні технології, які кожен може самостійно створювати і обмінюватися.

Все більше людей зацікавлені у збереженні своєї національної ідентичності та культурних особливостей. Територіальні особливості, історична пам'ять народу, певні національні традиції, ідеології та світогляди формують цілісну картину, яка ідентифікує націю зі світовою спільнотою. За останні 20 років у розвитку України та світу спостерігаються певні тенденції, такі як перехід до постінформаційного суспільства та поширення міжкультурного обміну.

У 21 столітті високотехнологічні інструменти дозволили кожному самостійно створювати та поширювати великі обсяги текстової, аудіо-, фото- та відеоінформації. У цьому контексті питання формування національних образів у медіа набуває все більшої актуальності як серед зарубіжних медіапросторах, так і в національній громадськості. Канадський філософ і дослідник медіа М. Маклуен зазначає, що медіа набувають все більшого значення як «системо утворюючі елементи політики», «набуваючи нового інституційного статусу в політиці та поступово втрачаючи свою попередню роль простого інструментарію».

У сучасному суспільстві ЗМІ є найпотужнішим інформаційним інструментом, який формує імідж країни на міжнародній арені. Він впливає на розум і емоції окремих людей, груп і націй, і навіть на довіру до виробленої інформації. У зв'язку з цим особливого значення набуває національна інформаційна політика. Інтенсифікація процесу глобалізації призвела до зміни мети формування інформаційного простору, відмови від політичної ролі держави у світі та послаблення національної ідентичності громадян.

Глобалізація ставить нові питання ідентичності та взаємозалежності національних спільнот. Зростаючий потік інформації поступово розмиває індивідуальність. Замість традиційних національних і цивілізаційних уподобань, етнічної, релігійної та соціальної лояльності індивіди все частіше керуються віртуальними моделями. Традиційні цінності національної держави починають розмиватися, а інноваційний прогрес стає чинником переформатування смислів.

У цьому контексті універсалізація стандартів споживання посилюватиме прагнення національних держав зберігати свою когнітивну ідентичність і передавати свій культурний досвід. Відкриті інформаційні системи розширюють можливості для цього. З одного боку, інформаційні технології сприяють виявленню міжкультурних зв'язків, а з іншого - призводять до фрагментації національних культур.

Поступовий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій також має глибокий вплив на світоглядні теорії, політичні системи та світову громадську думку. Він трансформує парадигму наукових досліджень та систему факторів, категорій і критеріїв у сфері прогнозування, аналізу та реалізації внутрішньої і зовнішньої політики політичних акторів. Більше того, цей розвиток створює міжнародну сферу знань, в якій багатовимірно взаємодіють різні політичні та соціальні спільноти. Тому дослідження цієї тематики є надзвичайно важливими, оскільки розкривають важливі аспекти взаємодії сучасного світу та міжнародної спільноти.

Довідка про ступінь наукової розробки теми дослідження:

Дослідження на тему "Механізми формування іміджу України у світовому інформаційному просторі" може включати розгляд та аналіз того, як держава представлена та сприймається світовими ЗМІ, політичними організаціями, бізнесом та широкою громадськістю. Дослідження може охоплювати такі аспекти, як:

- Аналіз інформаційних мереж: що використовуються для поширення інформації про країну, таких як ЗМІ, соціальні мережі та веб-сайти, та оцінка їхнього впливу на формування іміджу.
- Аналіз публікацій та досліджень: аналіз джерел, які містять інформацію про сприйняття країни у світі, таких як наукові дослідження, політичні аналітики, журналістські статті, а також оцінка тенденцій та стереотипів, пов'язаних з її іміджем.
- Аналіз національних стратегій: вивчення різних стратегій, що використовуються владою для формування іміджу країни, таких як дипломатичні зусилля, культурні обміни, економічні ініціативи та інше.
- Вивчення ефективних практик інших країн: аналіз позитивного іміджу країн світу та механізмів, які використовуються для його досягнення. Сюди входить вивчення кампаній з брендингу країни, використання культурних і спортивних подій та створення позитивних стереотипів.

Об'єкт: політичні інститути та засоби масової інформації (ЗМІ).

Предмет: процес формування іміджу держави в глобальному інформаційному просторі.

Мета роботи: визначити та дослідити механізми формування іміджу України, що використовуються у глобальному інформаційному просторі, проаналізувати ефективність та вплив сприйняття України у міжнародному співтоваристві.

Реалізація вказаної мети передбачає вирішення наступних завдань:

1. Розглянути підходи до вивчення формування іміджу в інформаційному просторі.
2. Описати сучасні тенденції розвитку репутації у глобальному медіа просторі.
3. Охарактеризувати ефективність та вплив сприйняття держави в зовнішньо політичному співтоваристві.
4. Проаналізувати імідж України в інформаційному середовищі.

Методи дослідження: аналіз літератури та даних, узагальнення теоретичних положень.

Для вирішення поставлених у дослідженні завдань використовувалися загальнонаукові методи - системний, структурно-функціональний, порівняльний методи прийняття рішень, прогнозування та аналізу, а також описовий метод.

Наукова новизна отриманих результатів полягає у розкритті поняття та характеристики іміджу країни в зовнішньо політичному співтоваристві, а також дослідження іміджу України в інформаційному середовищі.

Теоретичне та практичне значення отриманих результатів результати та рекомендації дослідження можуть бути використані національними та регіональними органами влади (такими як: Міністерство закордонних справ та дипломатичний корпус, Міністерство культури та інформаційної політики, Комітет Верховної Ради України з питань гуманітарної та інформаційної політики, представники міжнародних урядових організацій та ін.), відповідальними за інформаційну політику, та про активну політику щодо формування іміджу України у зовнішньому інформаційному просторі.

Коротка довідка про структуру роботи: В структуру дипломної роботи входить: вступ, три розділи, які поділені на підрозділи, висновки, список використаних джерел. Загальний обсяг роботи – 80 сторінок. Список використаних джерел містить 50 найменувань.

РОЗДІЛ 1

ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИЧНОГО ІМІДЖУ УКРАЇНИ

1.1 Поняття іміджу держави у науковому й політичному дискурсі

У зв'язку з глобалізацією, наш світ перетворився на один великий ринок. Ринок тепер охоплює не лише товари і послуги, але й національні бренди та інформаційний дискурс. Міжнародна комунікація залежить від того, як країни представляють себе у глобальному інформаційному просторі. Країни конкурують одна з одною та з національними блоками за вплив, владу, престиж, інвесторів, споживачів, туристів, студентів. Вони намагаються створити або знайти свою унікальну ідентичність, розробляючи стратегію для свого місця у світі. Досвід країн допомагає виявити основні принципи створення іміджу, а також розуміти, як цей імідж розвивається в інформаційному просторі інших країн. З цим уявленням вони формують нові стратегії для просування позитивного іміджу своєї країни на світовій арені.

Глобалізація, яка притаманна нашому сучасному суспільству, вимагає від політики діяти не лише в межах політичної сфери. Однією з основних вимог є пошук різних ресурсів, таких як фінансові, людські та природні. Цю вимогу слід розглядати з точки зору геополітичних процесів [5].

Французький геополітик Ів Лакост зазначає, що інформація має життєво важливе значення для сучасних геополітичних процесів, світогляду громадян, залежних від телекомунікацій, і населення країн, які не орієнтуються на раціональний підхід, який базується на переконливих образах та ідеях, породжених масами. ЗМІ. Тому все більшого значення в державній політиці набуває така орієнтація, як політика, що формує позитивний імідж держави. На кордонах медіа-

простір знаходить в теорію територіального брендингу. Інформаційна присутність держави в медіапросторі є одним із показників популяризації території, формування її історичної та брендової репутації [7].

З 1950-х років в аналізі міжнародних відносин набуло поширення використання понять «імідж» стосовно держави. Одним із перших ці поняття використав у дослідженнях американський економіст і соціолог К. Боулдінг. Аналізуючи міжнародну систему, він звернув увагу на імідж держав як головних акторів глобального політичного процесу. Дослідник справедливо визнає існування цих образів однією з причин, що призводять до конфліктів у відносинах між державами. Тому, за його словами, імідж держави стає одним із основних інструментів її зовнішньополітичної діяльності.

У процесі загострення політичних, економічних і соціальних криз, в умовах конкурентної боротьби, в яку залучені практично всі розвинені країни світу, зростає конфліктність середовища політичних обмінів існування і політика підвищення іміджу країни в міжнародному середовищі. Ефективність, захисні механізми стають визначальними ознаками державної влади та змін, ефективністю кризових репутаційних стратегій [10].

Основними суб'єктами формування політичного іміджу держави є основні органи влади: Президент (Офіс президента), Виконавча влада (Уряд), Законодавча гілка влади (Парламент), Органи судової влади, політичні партії та місцеве самоврядування:

Президент (офіс президента) - як голова держави, має великий вплив на формування іміджу держави. Він може брати участь у міжнародних зустрічах, говорити з міжнародними лідерами та висловлювати свої погляди на глобальні питання. Також, президент може виступати з державною політикою, яка сприяє підвищенню іміджу держави.

Виконавча гілка влади (уряд) - може впливати на імідж країни через проведення реформ, які підвищують її економічний рівень, та відкривають нові

можливості для іноземних інвесторів. Крім того, уряд може займатись проведенням міжнародних переговорів, які сприяють підвищенню іміджу країни.

Законодавча гілка влади (парламент) - має можливість затверджувати закони, що підвищують імідж країни, а також займатись роботою з законодавчих ініціатив. Парламентарі можуть виступати з публічними заявами, що впливають на імідж країни, та проводити роботу з налагодження міжнародного співробітництва.

Судова гілка влади - судова гілка влади забезпечує дотримання законів в країні, що сприяє підвищенню довіри до держави з боку міжнародної спільноти та іноземних інвесторів.

Політичні партії - партії є основними суб'єктами формування політичного іміджу держави. Вони відіграють важливу роль у формуванні ідей та пропозицій, що стосуються політики держави, а також встановленні пріоритетів державних ініціатив. Політичні партії беруть участь у виборчих кампаніях, де вони пропагують свої ідеї та концепції, і виконують роль генераторів образу держави.

Органи місцевого самоврядування - місцеве самоврядування є важливими суб'єктами формування політичного іміджу держави. Вони відповідають за забезпечення розвитку місцевих територій, зокрема у сфері соціальної, економічної та культурної політики. Їхній вплив на політичний імідж держави полягає в тому, що вони є публічними організаціями, що працюють у різних сферах життя місцевої громади. Вони можуть забезпечувати реалізацію державної політики на місцевому рівні та відтворювати важливі значення та принципи, що характерні для держави в цілому [2].

Іноді суб'єкти формування політичного іміджу держави несвідомо пропускають можливість активно працювати над створенням позитивного іміджу для себе. Однак успіх їхньої діяльності, реалізація їх політичних програм і ступінь відповідності їхньої політики суспільним очікуванням мають великий вплив як на їх власний імідж, так і на імідж держави в цілому. Крім того, імідж держави значно

формується завдяки засобам масової інформації, а також діяльності громадських об'єднань і рухів.

Позитивний політичний імідж може проявлятися як у високому рейтингу популярності політичного лідера, так і у його здатності впливати на громадську думку та активно формувати політичну діяльність держави та суспільства в цілому. Успішне створення й підтримка позитивного політичного іміджу сприяють підтримці громадськості, залученню іноземних інвестицій, розвитку міжнародного співробітництва та підвищенню престижу держави у світі [15].

Складові поняття “імідж”:

1. Самоуявлення, яке виникає з особистого досвіду та відображає поточний спосіб само сприйняття особи.
2. Імідж, який сприймають оточуючі (уявлення, яке мають люди або групи про особу, яка втілює імідж).
3. Основна мета створення іміджу (потрібні враження, які необхідно досягти, залежно від поставленої цілі щодо іміджу) [21].

Ефективність моделі формування позитивного іміджу держави можна оцінити, проаналізувавши функції, які цей імідж виконує. Виділяють кілька таких функцій:

1. Ідентифікаційна функція: ця функція надає інформацію про позитивні сторони держави та сприяє формуванню позитивного сприйняття держави. Імідж допомагає встановити ідентифікацію з державою та відображає її позитивні риси.
2. Функція ідеалізації: ця функція полягає у створенні атмосфери, в якій держава сприймається як найбільш сприятлива. Імідж фокусується на привабливих аспектах суб'єкта і може заохочувати різні соціальні групи до позитивного ставлення до нього.
3. Функція контрасту: ця функція полягає у створенні контрасту з іншими державами, схожими на об'єкт іміджу. Це допомагає виділити країну та підкреслити її унікальність у порівнянні з іншими країнами.

4. Іменна функція: ця функція полягає у виділенні держави з-поміж інших держав шляхом підкреслення її позитивних аспектів та відмінних рис у контексті світової політики та міжнародної системи. Імідж допомагає підкреслити унікальність та вищість держави у світовому контексті [2].

Оцінка ефективності моделі формування позитивного іміджу держави залежить від того, наскільки успішно вона виконує ці функції, сприяючи підвищенню привабливості та сприйняття держави в міжнародному співтоваристві.

Імідж держави описують як сукупність уявлень, які сформовані у свідомості людей і не завжди передають повне і глибоке розуміння держави. Цей імідж використовує образи, стереотипи, метафори та символи, які можуть втілювати лише окрему частину або спрямування розвитку держави. Елементами іміджу є також знаки та асоціації.

У відмінність від бренду держави, імідж не завжди формується в результаті цілеспрямованої політики. Часто він виникає на основі особистих уявлень, досвіду або знань, які отримуються в результаті повсякденних ситуацій або спілкування з жителями країни [1].

Імідж держави також може формуватися за допомогою державної політики, шляхом цілеспрямованого поширення повідомлень через засоби масової комунікації, на які мають вплив державні або приватні інституції. В такому випадку, імідж держави перш за все відображає імідж її влади, включаючи владні інституції, окремих політиків, політичні події та інші аспекти.

Імідж держави може бути результатом як спонтанного формування, так і цілеспрямованої політики, і він впливає на сприйняття та уявлення про державу в масовій свідомості.

Репутація країни, що складається з її політичних інститутів та відносин із зовнішніми стейкхолдерами, є важливим елементом її бренду. Ця репутація є динамічною, але зазвичай не змінюється швидко. Вона формується протягом

тривалого часу на основі інформації про країну, події, окремих осіб та попередньої взаємодії з іншими державами та неурядовими організаціями [8].

Велике значення у формуванні міжнародного іміджу держави в сучасних умовах мають глобальні стандарти, прийняті міжнародною спільнотою, закріплені в міжнародному праві та документах міжнародних організацій і відображені в рейтингах інституцій та організацій. Рейтинги (індикатори) мають на меті забезпечити глобальне порівняння рівня державного управління, економіки, корупції, поширення нових технологій та демократичного розвитку. Економічні індикатори охоплюють добробут, якість життя, права людини, принципи управління, свободу преси та корупцію і відображають привабливість (або непривабливість) держави.

Серед ключових показників, що мають вплив на створення враження про певну країну, можна відзначити:

- 1) Індекс глобальної конкурентоспроможності (один з найбільш відомих світових індексів, який щорічно складається Всесвітнім економічним форумом у Давосі (Швейцарія));
- 2) Індекс сприйняття корупції (ІСК) (щорічно розраховується міжнародною організацією Transparency International);
- 3) Індекс електронної участі громадян (оцінює якість та корисність інформації та послуг, за допомогою сучасних інформаційно-комунікаційних технологій уряд надає громадянам з метою залучення до прийняття управлінських рішень);
- 4) Індекс готовності до електронного урядування (розраховується ООН);
- 5) Індекс економічної свободи та інші [49].

В епоху інформаційної революції все більшу увагу приділяють успіхам держав у використанні передових науково-технічних та інформаційних технологій, коли розглядають міжнародний образ (імідж) держави. На сьогоднішній день існує понад двадцять різних е-індексів, які дозволяють оцінити прогрес країни у

формуванні інформаційного суспільства. Ці індекси використовуються для оцінки країн з точки зору їхнього розвитку в цьому напрямку. Відомими на сьогодні є такі е-індекси:

- Індекс цифрової спроможності або цифрової перспективи (Digital Opportunity Index, DOI), розроблений ІТУ в межах WPIIS;
- Індекс цифрового доступу (Digital Access Index, DAI), ІТУ;
- Індекс мережної готовності (The World Economic Forum's Networked Readiness Index (NRI);
- Індекс інформаційного суспільства (Information Society Index, ISI).

Тому, світові рейтинги (е-індекси) впливають на сприйняття країни міжнародною спільнотою [49].

1.2 Механізми утворення іміджу України

Персони, які представляють Україну на міжнародній арені, здатні значно впливати на її імідж своєї держави, так і на імідж інших держав. Найбільш важливою роллю в цьому процесі відіграють не тільки президент з його професійними та особистими якостями, уряд з бюджетними практиками, парламент з законодавчими ініціативами, а також політичні партії, які виступають перед ЗМІ заявами, які потім можуть стати предметом інтересу провідних закордонних видань тих країн, що мають інтереси в Україні.

Серед таких країн, які не лише формують свій власний інформаційний простір, але також впливають на інформаційний дискурс прикордонних або союзних держав, можна виділити США, Великобританію, Францію та Німеччину, Китай та інші. Основними показниками для дослідження іміджу України у зовнішньому інформаційному просторі є війна на території України та її інтерпретація ("війна", "конфлікт", "криза" та інше); наявність стереотипів про

Україну та її мешканців (наприклад, "українці-заробітчани", "бандерівці" та інше); культурний аспект, який включає видатних постатей (вчені, артисти, дизайнери), культурні події, церкву, кіно та діяльність творчих колективів [24].

Серед показників, які можна використовувати для відстеження іміджу України в інформаційному просторі іноземних країн через присутність у міжнародних рейтингах, особливе місце посідає дослідження іміджу України через політичну владу. До таких показників відносяться:

1. Представлення Президента та загальний образ українського політичного середовища.
2. Політичний режим і діяльність політичних інститутів.
3. Рівень корупції.
4. Енергетичні відносини з сусідніми країнами та рівень енергетичної залежності.
5. Наявність безвізового режиму з іноземними країнами та вступ до євроатлантичних організацій.
6. Інші фактори, що відіграють важливу роль у контексті моніторингу [22].

Ці показники дозволяють оцінити імідж України в очах міжнародної спільноти та зрозуміти, як країна сприймається за кордоном з урахуванням політичного виміру.

Для формування іміджу держав у сучасному глобальному інформаційному просторі велику роль відіграють важливі зовнішні фактори. Ці фактори включають показники, що охоплюють всі сфери суспільного життя і відображаються у щорічних міжнародних рейтингах, складених урядовими або неурядовими організаціями та провідними світовими рейтинговими агенціями. Сукупність цих цільових показників визначає позитивний або негативний імідж країни в контексті світових стандартів, які є загальноприйнятими в міжнародних відносинах.

До показників, які відображають імідж держави через міжнародні рейтинги, можна віднести:

1. Глобальний індекс інновацій, такий як Global Innovation Index, відображає рівень економічного розвитку, що може бути високим або низьким.
2. Passport Index та Всесвітній рейтинг країн за рівнем щастя (World Happiness Report) використовуються для вимірювання показників якості життя та добробуту населення.
3. Democracy Index, створений The Economist Intelligence Unit, включає показники рівня демократії, такі як діяльність уряду, розвиток громадянського суспільства та свободу ЗМІ.
4. Fragile States Index (раніше Failed States Index) є інтегрованим показником, що враховує політичні, економічні та соціальні аспекти, а також згуртованість суспільства.
5. Рейтинг найпотужніших націй світу в Business Insider та глобальний індекс миру (Global Peace Index) відображають військовий потенціал та показники можливості зовнішнього впливу на державу [47].

Також вказує на політичну систему, концепцію влади, показники економічного розвитку та національний характер як на складові політичного іміджу країни. У цьому контексті важливо використовувати основні міжнародні рейтинги для аналізу рівня демократії та економічного розвитку. Україна регулярно потрапляє до таких рейтингів, які, на відміну від згаданих вище глобальних, фокусуються на конкретних геополітичних регіонах. Наприклад, Nations in Transit - це міжнародний рейтинг, який аналізує стан реформ у 29 колишніх комуністичних країнах та адміністративних регіонах світу.

Результати оцінки передаються Freedom House, міжнародній правозахисній організації, що фінансується урядом США. Її мета - сприяти розвитку демократії, політичної свободи та захисту фундаментальних прав людини. Результати дослідження мають велике значення не лише для розвитку стратегічного

партнерства зі США та підтримання міжнародного балансу сил і миру, але й для формування іміджу України на світовій політичній арені. Організатори цього щорічного звіту оцінюють країни за шкалою від 1 до 7 за такими категоріями, як рівень демократії, громадянське суспільство, незалежність ЗМІ та корупція. Країна з найвищим показником отримує 1 бал, а країна з найнижчим рівнем демократії - 7 балів [31].

Україна зазнала незначного покращення своїх показників у 2022 році порівняно з 2021 роком, але залишилася в категорії "перехідних чи гібридних режимів". Індекс демократії в країні складає 45%. Ці дані рейтингу відображають попередній рік і публікуються на початку нового року.

У рейтингу "Глобальний індекс інновацій" Україна покращила свої позиції, зайнявши 57 місце у 2022 році, що є підвищенням у порівнянні з 60 місцем у 2021 році.

Щодо рейтингу "Fragile States Index" (раніше відомий як "Ciotatro autopatas za isporunico refirmary Nations in Transit 138 Failed States Index"), що відображає рейтинг вразливості країн, Україна також показала покращення, зайнявши 92-е місце у 2022 році, що є покращенням порівняно з 90 місцем у 2021 році. Рейтинг складається з 178 країн, де перші 1 країна є найменш стабільними, а останні 178 країн – найбільш стабільні [32].

Найкращий показник у рейтингу було зафіксовано у 2013 році (117 місце), а найгірший показник - 84 місце у 2015 році після втручання Росії на територію України, але з 2017 року показник знову почав покращуватися.

Цікаво, що в період, коли країна стала більш вразливою до зовнішнього агресора, позиція України в світовому рейтингу щастя населення погіршилася: з 87 місця у 2021 році до 138 місця у 2022 році, в той час як у 2020 році вона показала покращення, зайнявши 123 місце.

У зазначеному контексті варто зауважити, що Україна значно покращила свої позиції в світовому рейтингу привабливості паспортів "Passport index". У 2018 році

вона піднялася на 34 позиції і стала 27-ю країною з безвізовим режимом з 131 країною. Це стало можливим завдяки підписанню Україною угоди про безвізовий режим з Європейським Союзом 17 травня 2017 року. У 2023 році Україна досягла 18-го місця у цьому рейтингу [32].

Індекс крихких держав (Fragile States Index – Fund for Peace) є надзвичайно важливим інструментом, який допомагає визначити момент, коли тиск, який виникає як зсередини, так і ззовні, перевищує здатність керувати ним держави. Цей індекс, разом з базою соціальних наукових даних та інструментами аналізу, на яких він ґрунтується, не тільки розкриває загрози та вразливості, які збільшують ризик крихкості держави, але й надає політикам та громадськості зрозумілу політичну оцінку ризику та можливість запобігання конфліктам.

Велике значення рейтингу FSI полягає у його здатності ефективно уявити значний обсяг інформації у зручній, доступній та інформативній формі. Кожен день ФФП збирає детальну інформацію з усього світу, яка описує соціальний, економічний та політичний тиск, що існує в кожній з 178 країн, включаючи Україну. Ці дані підлягають аналізу і використовуються для визначення позиції країни в будь-який момент часу за допомогою дванадцяти показників конфліктного ризику. Ці показники охоплюють аспекти, такі як стійкість системи безпеки, єдність еліти, групове незадоволення, економічний стан, нерівномірний розвиток, легітимність влади, надання державних послуг, права людини та верховенство прав, а також соціальні фактори, такі як демографічний тиск, біженці та ВПО, і зовнішнє втручання [18].

Глобальний індекс інновацій (GI) є інструментом, спрямованим на вимірювання та оцінку різних аспектів інновацій з метою розвитку політики, спрямованої на підтримку довгострокового зростання виробництва, підвищення продуктивності праці та створення нових робочих місць. Він базується на рейтингу інноваційних можливостей та результатів світової економіки. Останні роки показали, що GI став провідним показником в оцінці інновацій.

Для розробки політики, спрямованої на підтримку економічного розвитку та добробуту, важливе розуміння людських аспектів інновацій та їх впливу на розвинуті та розвиваючі країни. ГН враховує широкий спектр показників, які виходять за межі традиційних мір інновацій, таких як наукові дослідження та рівень розвитку країн. Це допомагає визначити найбільш сприйнятливі до інновацій середовища. Зрозуміння цих аспектів є ключовим для створення політики, спрямованої на підтримку інноваційного росту та процвітання.

Україна в останні роки продемонструвала покращення своїх показників у рейтингу інновацій. Наприклад, згідно з дослідженням Дослідницького холдингу Factum Group Ukraine, з 2014 по 2022 рік зростає кількість українців, що регулярно користуються Інтернетом, зріс з 53% до 76%. Це свідчить про збільшення доступності та використання сучасних технологій в Україні, що може сприяти подальшому розвитку інноваційного потенціалу країни [13].

Індекс демократії є системою класифікації, яка оцінює рівень демократії у 167 країнах світу. Цей індекс складається "Economist Intelligence Units" на основі рівня розвитку демократії в країнах. Розрахунок Індексу демократії (Democracy Index) проводиться щороку за методикою The Economist Intelligence Unit, аналітичного підрозділу видання "The Economist". Він базується на експертних оцінках та результатам опитувань громадської думки у відповідних країнах.

У цьому індексі держави поділені на чотири категорії: повні демократії, недосконалі демократії, гібридні режими та авторитарні режими. Оцінка здійснюється за п'ятьма групами показників: електоральний процес і плюралізм, діяльність уряду, політична участь, політична культура та громадянські свободи.

Україна, згідно з цим індексом, потрапляє до категорії недосконалих демократій. Найвищі демократичні показники були зафіксовані у 2006-2008 роках, коли Україна отримала 6,94 балів і була визнана країною з недосконалою демократією. Найнижчі показники були зафіксовані у 2014 році і становили 5,42 бали. Ці зміни можна пояснити політичними подіями, які відбулися в ці роки. У

2005-2010 роках Україна пережила період президентства Віктора Ющенка та демократизацію режиму після "Помаранчевої революції". 2014 рік був вирішальним з причини втечі президента Віктора Януковича, "Революції гідності", окупації Криму та Донбасу Росією, а також переосмислення цінностей в українському суспільстві [28].

За "рейтингом західності" на пострадянському просторі, розрахованому експертами Strateg East (США), Україна залишається на шостому місці серед чотирнадцяти пострадянських країн, між Грузією та Вірменією, у 2022 році. Це показує рівень її західної орієнтації та інтеграції.

Експерти рейтингового агентства відзначають, що обрання Володимира Зеленського на посаду президента у 2019 році спричинила покращення позицій України в рейтингах 2022 року. Зазначається, що Зеленський активно впроваджує реформи. Також зазначається, що ключові посади в уряді займають люди, які підтримують повну інтеграцію та членство України в Європейському Союзі та Організації Північноатлантичного договору (НАТО), демонструючи свою підтримку західній лінії.

Однак експерти наголошують, що правосуддя та корупція залишаються головними внутрішньополітичними проблемами в Україні. Для вирішення цих проблем необхідні подальші реформи та зусилля.

Експерти відділу "Країни перехідного періоду" Freedom House також пояснюють, що позиція України щодо демократичних перетворень на рівні центральних органів влади покращилася. Вони зазначають, що це стало можливим завдяки мирній передачі влади після Майдану та обрання Володимира Зеленського. Нова українська влада продемонструвала свою відданість боротьбі з корупцією, економічному розвитку, відновленню миру та європейським стандартам [22].

Загалом, покращення позицій України в рейтингу свідчить про те, що країна наближається до західних стандартів і цінностей, але залишаються виклики, які

потребують подальших зусиль для забезпечення повної демократії, верховенства права та ефективної боротьби з корупцією.

Міжнародні рейтинги відображають становище країни і вплив на її репутацію в світі. Але ці рейтинги зазвичай цікавлять лише певні групи, такі як потенційні інвестори, бізнесмені та політики. Щодо широкого загалу споживачів, таких як громадяни інших країн, туристи та представники діаспори, їх уявлення про країну часто формуються політичними стереотипами, міфами та масовими медіа. Українські громадяни не дуже звертають увагу на міжнародні рейтинги, оцінюючи режим в Україні не за його позицією в індексах демократії, а за його здатністю протистояти російській агресії і "п'ятій колоні", ефективністю боротьби з корупцією та олігархами, а також за його здатністю забезпечити економічний добробут та перспективи демократичних змін для українців.

Україна потребує впровадження ефективних заходів для створення сприятливого іміджу, особливо в умовах стрімкого розвитку інформаційних технологій. Однак контроль за поширенням інформації через державні ЗМІ є складним завданням, особливо коли її інтерпретація визначається не державою, а недержавними суб'єктами та іншими державами. Геополітичні чинники безпосередньо впливають на імідж країни в глобальному інформаційному просторі. Це видно на прикладі образу України в дискурсі сусідніх країн, таких як Польща та Угорщина, стратегічних партнерів, таких як США та Велика Британія, та супротивників, таких як Росія та Китай. Ці різні моделі образу України не створюються самою Україною [32].

Розглядаючи приклади формування іміджу України в глобальному інформаційному просторі, підкреслюють, що вплив одних держав на інформаційний дискурс інших став одним з найпоширеніших методів ведення "гібридних війн". Це також ефективний спосіб тиску на геополітичних конкурентів, сусідів та стратегічних партнерів.

У ролі технологій політичного тиску, спрямованого на дестабілізацію та зміну іміджу певних держав, використовуються різні методи, які застосовуються як державними, так і приватними інституціями. Ці методи включають створення, просування та поширення відповідного дискурсу в глобальному інформаційному просторі щодо країн, подій та окремих осіб. Таким чином, деякі держави та недержавні актори, якщо вони мають достатні фізичні та ресурси впливу, можуть замінити реальний образ іншої країни.

Аналіз доступних каналів інформації для широкої аудиторії світу показує, що Сполучені Штати впливають на формування найбільш повного іміджу України у зовнішньому інформаційному просторі, включаючи культурний аспект, який при цьому зводиться на недолік в інформаційному дискурсі трьох досліджуваних питань. Питання Криму та війни на території України залишаються актуальними у новинах США та Польщі, в відміну від засобів масової інформації Угорщини, що свідчить про самостійність зовнішньої політики від США. З іншого боку, вплив російського фактора на зовнішньополітичні дії та взаємодії країн, які мають спільний кордон з Україною, є очевидним [39].

1.3 Формування іміджу України в інформаційному просторі

У сучасних умовах, створення та зміна міжнародного іміджу держави є сильно залежним від зовнішніх факторів, що впливають на внутрішню політику країн. Сучасні тенденції, що підсилюють вплив міжнародного середовища та міжнародних стандартів, мають значний вплив на цей процес. При формуванні іміджу країни беруть до уваги різні зовнішні чинники, що безпосередньо або опосередковано впливають на нього, такі як світові стандарти та уявлення, діяльність дипломатичних представництв та зовнішньополітичних організацій за межами країни, громадяни що проживають за кордоном, міжнародні правозахисні організації та екологічні рухи, туризм, а також політичні технології.

У сучасному світі надзвичайно важливо використовувати засоби масової інформації для створення позитивного іміджу країни. Засоби масової інформації мають великий вплив на формування думок та уявлень у суспільстві. Імідж країни, який представляється у засобах масової інформації, формується за допомогою різних факторів, включаючи політичні, економічні, соціальні та культурні події та досягнення країни. Цей імідж може суттєво вплинути на сприйняття країни та її громадян за кордоном, а також на відносини з іншими країнами.

Підтримка позитивного іміджу країни у засобах масової інформації може сприяти привертанню інвестицій, розвитку туризму та підвищенню престижу країни на міжнародній арені. Однак, негативний імідж може серйозно пошкодити репутацію країни та мати негативні наслідки для її економіки та політики [40].

Тому важливо, щоб країни слідували за своїм іміджем у ЗМІ, підтримували позитивний імідж та реагували на негативні повідомлення вчасно. Для цього можна використовувати різні засоби, такі як PR-компанії, дипломатія та інші способи взаємодії зі ЗМІ. Політичні практики формування інформаційного простору показують, що боротьба за глобальний вплив на міжнародній арені зараз відбувається не лише між державами або міждержавними організаціями (шляхом просування та захисту національних інтересів), але також між недержавними суб'єктами, такими як наукові центри, курортні зони, релігійні та духовні центри, творчі колективи.

В сучасних умовах велика увага приділяється можливостям впливу на формування та зміну образу певних країн у зовнішній політиці держав, які прагнуть зайняти провідні позиції на світовій арені або зберегти своє впливове становище. Інформаційне середовище провідних країн світу постійно змінюється, і їх обережна інформаційна стратегія може впливати на інші країни, включаючи Україну, як на локальному, так і на глобальному рівні. Вплив світових держав на формування інформаційного дискурсу інших країн є одним із найпоширеніших методів ведення

"Гібридних воєн" і ефективним засобом тиску на геополітичних суперників, сусідні країни або стратегічних партнерів [30].

Для досягнення цих цілей використовуються політичні технології тиску, включаючи діяльність як державних, так і недержавних інститутів, а також створення, поширення та просування відповідного дискурсу щодо країн, подій та окремих осіб у глобальному інформаційному просторі з метою підриву або зміни їх іміджу.

Умови становлення нового світопорядку та розмаїття національних ідентичностей і державних кордонів призводять до зміни сутності світових політичних процесів. Завдяки прогресу інформаційних технологій і зменшенню проникності кордонів, вплив на процеси прийняття рішень та формування інформаційного простору зміщується з державних структур на недержавних акторів. Інформаційний простір не має чітких меж, а умови системної кризи суспільства контролюються комунікаторами, які першими отримують та інтерпретують інформацію для прийняття та реалізації політичних рішень. Ці рішення не обмежуються політичною системою або державною владою.

Збільшується роль глобальних міст та "глобальних громадян" в міжнародних відносинах. Інформаційне середовище як система вже не обмежується тільки державними межами. Упродовж останніх півстоліття, з прогресом технологій, інформаційних конфліктів та поширення мережі Інтернет по всіх континентах, спостерігаються певні тенденції, які впливають як на розвиток України, так і на світовий рівень. Ці тенденції посилюються і набирають обертів. Серед них можна виділити наступні:

- Ескалація глобальних викликів, які можуть бути вирішені лише через співпрацю всіх акторів міждержавних і міжнародних відносин, підкреслює необхідність колективних дій для подолання цих викликів. Іншими словами, такі нагальні проблеми: боротьба з бідністю та нерівністю, виклики

міжнародній безпеці та зміна клімату, можуть бути вирішені лише спільними зусиллями та співпрацею.

- У постінформаційному суспільстві зі зростаючим міжкультурним обміном важливо знайти баланс між збереженням культурної ідентичності та прийняттям нових тенденцій. Молоде покоління потребує нового світогляду, який би враховував ці динамічні процеси. Важливо, з одного боку, зберігати і поважати власну культуру, а з іншого - бути відкритим до інших культур і бути готовим до співпраці та взаєморозуміння.
- Демократизація та лібералізація суспільства розширює можливості для кожного. Це означає більшу свободу вибору, більшу мобільність і більше можливостей для розвитку кожної людини. Кожна людина має право на свободу слова і вираження поглядів та рівні можливості в усіх сферах життя.

У сучасному світі інформаційний простір став ареною, на якій різні держави змагаються за визнання, повагу та вплив на міжнародну сцену. У контексті багатопольярного світу провідні країни визначають глобальний курс розвитку, тоді як інші держави або адаптуються до цих змін, шукають шляхи збереження власних національних інтересів, або примушені підкоритися амбіціям сильних акторів, навіть за рахунок втрати своєї регіональної впливовості [43].

Сучасний інформаційний простір має велике значення для суспільства, оскільки забезпечує доступ до інформації та надає можливості для спілкування, співпраці та взаємодії. У такому просторі важливо розвивати навички критичного мислення, щоб розрізняти правдиву інформацію від неправдивої та захищати свою приватність та безпеку в онлайн-середовищі.

Найвпливовіші держави світу, використовуючи сучасні стратегії розвитку (політичні, економічні, соціальні), поєднують їх з механізмами впливу на глобальні процеси, включаючи передачу інформації. Такий вплив стає особливо небезпечним в епоху глобалізації, коли місцеві та національні процеси поступово втрачають своє значення на користь глобальної економіки, централізованої світової політики,

поширення масової культури та нав'язування цінностей певної держави як універсальних цивілізаційних догм.

У своїх працях американський геополітик С. Гантінгтон відзначає настання нової епохи в міжнародних відносинах, де система стає багатополусною і поліцивілізаційною. Хоча національні держави залишаються ключовими акторами на світовій арені, глобальна політика стає справою цивілізацій. С. Гантінгтон зазначає, що відбувається зсув у балансі впливу між цивілізаціями, що проявляється у зменшенні глобального впливу Західної цивілізації. З метою збереження або зміцнення свого впливу, ключові гравці використовують інформацію, маніпулюють фактами або приховують насилля [24].

С. Гантінгтон стверджує, що у світі після "холодної війни" найсуттєвіші розбіжності між людьми тепер виявляються культурними, а не логічними, політичними або економічними. В новому світовому порядку самі межі між цивілізаціями стають кордонами конфліктів у світовій політиці. Основними факторами, які розмивають ці межі, є інформаційні ресурси та глобальний інформаційний простір, якими володіють провідні актори міжнародних відносин.

Для України така ситуація є особливо небезпечною через її постійне знаходження на межі геополітичного протистояння. Цей конфлікт між західним і східним світом, який С. Гантінгтон описує у своїй книзі "Зіткнення цивілізацій", простягається через політичну і культурну територію української держави.

Згідно з теорією комунікації, політичні режими є комунікаційними структурами, "інформаційних інвесторів" - держави, які впливають на формування сучасних інформаційних просторів, що розмивають національну ідентичність за межами своїх кордонів. Важливо зазначити, що інформаційний простір всередині держави не обов'язково збігається з її кордонами, він може бути меншим (наприклад, Україна) або більшим (наприклад, США чи Китай) [36].

В основу теорії покладено ідею про те, що геополітичні чинники безпосередньо впливають на формування іміджу держави в інформаційному

просторі інших держав та її зовнішню політику впізнаваності. Геополітичні фактори визначаються географічними, політичними та економічними чинниками, які впливають на відносини між державами. Геополітика може впливати на імідж держави, оскільки визначає її статус і роль у світовій політиці.

Наприклад, якщо держава розташована у стратегічно важливому регіоні, це може сприяти її впливу у світовій політиці. Також, якщо країна має значні природні ресурси, це може сприяти економічному розвитку країни та створенню сприятливого іміджу у світі. З іншого боку, якщо країна знаходиться в зоні конфлікту, це може мати негативний вплив на імідж та сприйняття країни в інших країнах.

У політиці створення та сприйняття іміджу країни у міжнародному інформаційному просторі залежить від рівня технологій та доступу до засобів масової комунікації. Сучасні соціальні мережі значно прискорюють і збільшують ефективність інформаційного впливу в порівнянні з минулим.

Геополітичні чинники мають великий вплив на політику створення та сприйняття іміджу країни в міжнародному інформаційному просторі. Нажаль, в Україні держава не контролює інформаційний простір, що робить його ареною боротьби за вплив. Ця боротьба ставить під загрозу національні інтереси та територіальну цілісність країни [43].

Основні тенденції світового розвитку включають глобалізаційні процеси, які знищують межі між країнами і спричиняють зростання розриву між державами і територіями або підтримують захист національної ідентичності. У сучасному світовому порядку необхідно враховувати нові технологічні виклики, зокрема використання інформації як зброї. Більше не взаємодіють між собою держави та міжнародні урядові організації, а ключовими акторами стають глобальні міста, медіа та їх власники, а також недержавні утворення. Конструкція міжнародних відносин, що склалася після закінчення "холодної війни", здається все більше відображенням симуляції багатопольярного світу.

Ці тенденції мають значний вплив на Україну. В Україні цей вплив збільшується через геополітичне положення країни та внутрішню системну кризу. Глобальні зміни можуть змінювати сприйняття країни як у позитивному, так і в негативному аспекті, особливо якщо вона нестабільна. Радикальні зміни в соціальному оточенні та прискорений ритм життя, а також постійний потік інформації, ставлять перед органами влади необхідність реформування сфери інформаційної політики України. Це тривалий процес, який супроводжується як позитивними досягненнями, так і певними проблемами [48].

ВИСНОВОК ДО ПЕРШОГО РОЗДІЛУ

На сприйняття України у світових ЗМІ впливає низка факторів, у тому числі процес глобалізації в Європі. З огляду на події 2022-2023 років, це особливо важливо для українців, зацікавлених у позитивному іміджі України. Однією з привабливих рис України є різноманітність конотацій, образів та концептів, пов'язаних з країною, що проявляється у зовнішньому інформаційному дискурсі як на національному рівні, так і серед мешканців інших країн.

Однак важливо, що образи, з яких складається імідж країни, формуються самою Україною, починаючи з рівня громад, окремих регіонів і закінчуючи загальнонаціональним рівнем. Тільки через інтеграцію локальних та регіональних образів можна створити позитивний зовнішній імідж держави.

Створення іміджу країни в міжнародному співтоваристві вимагає інкорпорації унікальних цінностей, історії, символів та національних героїв, які відображають національну ідентичність України. У світлі змін у настроях українського суспільства та зовнішньополітичних пріоритетах після Революції Гідності необхідність поєднання цих елементів стала особливо актуальною. Вивчивши та систематизувавши теоретико-методологічні засади, можна сформулювати опис політики формування національного іміджу в міжнародному інформаційному просторі. Ця політика передбачає використання реальних

механізмів і цілеспрямованих дій для формування та підтримки уявлень громадськості про країну через її внутрішній імідж та національну ідентичність. Імідж країни є результатом успішних зовнішньополітичних стратегій та обраних зовнішньополітичних маршрутів.

Імідж держави формується в різних сферах, інститутах, каналах і механізмах, через які вона реалізує свою зовнішньополітичну політику. До них належать політика безпеки, зовнішні відносини, економічна політика, правова та соціальна політика, інформаційна політика. Ефективна національна іміджева політика досягається через взаємодію цих сфер та використання ключових зовнішньополітичних каналів і механізмів для просування сприятливого іміджу країни в міжнародному інформаційному просторі.

Дослідження теоретичних підходів до формування політичних іміджів держав у міжнародних відносинах показує, що великий потенціал мають когнітивні підходи. На перший план у цій сфері виходять дослідження механізмів формування дипломатичного іміджу держави. Аналіз становища України на міжнародній арені показує, що воно має важливу об'єктивність, яка пояснюється її геополітичним положенням та структурою сучасної системи міжнародних відносин. Успіх програми формування національного іміджу залежить від соціальної стабільності, належного рівня національної свідомості та політичної культури населення України, а також достатнього фінансування з боку державних і недержавних організацій. Сучасна політична культура вимагає глибокого розуміння інноваційних технологій зовнішньополітичної комунікації в контексті нових підходів до аналізу міжнародних відносин та реалізації національних інтересів.

РОЗДІЛ 2

АСПЕКТИ ІМІДЖУ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ

2.1 Вплив засобів масової інформації на формування іміджу

Комунікація має вирішальне значення для розвитку людей, суспільств, націй і всього світу, так само як і наповнення та насиченість інформаційного простору.

Комунікація - це надсилання та отримання інформації між двома або більше людьми, пов'язаними спільними зв'язками. Комунікація може мати різні цілі, такі як інформування, переконання, спілкування та розваги. Воно відіграє важливу роль у всіх сферах життя людей - особистій, професійній, політичній та соціальній. Успішна комунікація залежить не лише від знання мови, а й від здатності сприймати та розуміти різні культури, думки та інші міжособистісні нюанси.

У кожному сучасному суспільстві ми так чи інакше виконуємо багато спільних функцій. Серед них чи не найважливішою є інформаційна функція. Саме збір та поширення інформації про події є найбільш важливим для громадян та урядів. Інформація, яку надають ЗМІ, включає в себе не лише об'єктивні фоторепортажі про певні явища, але й інтерпретації та оцінки цих явищ. Інформація є не лише засобом комунікації, але й засобом впливу через різні канали.

Створення національного іміджу передбачає комунікацію національних особливостей, таких як історія, культура, економіка, наука, природа та ресурси, спосіб життя та духовні характеристики народу через національні та міжнародні засоби масової інформації. У зв'язку з цим ефективна робота ЗМІ відіграє важливу роль у формуванні громадської думки [42].

Важливість формування іміджу держави полягає в тому, що він впливає на відносини між державами в різних сферах. Комунікаційні стратегії формування міжнародного іміджу держави ґрунтуються на діяльності, спрямованій на захист і розвиток інтересів цієї держави на міжнародній арені та інформування світової громадської думки про географічні та геополітичні, економічні, та інші особливості

і розвиток цієї держави. Не лише країни світу, але й міжнародні та регіональні організації, міжнародні корпорації, національні лідери та особи, які приймають рішення, політичні та економічні еліти формують громадську думку через вплив комунікаційних технологій на зовнішню політику.

Засоби масової інформації постійно впливають на репутацію та імідж. Медіа мають владу поширювати інформацію та пробуджувати інтерес громадськості до певних питань. Навіть якщо газети втратили свою домінуючу роль в інформуванні великої кількості людей, вони все ще мають значний вплив на формування "програми" суспільства та визначення результатів дебатів з різних питань.

ЗМІ можуть впливати на репутацію та імідж різних організацій, компаній, політиків, спортсменів та інших осіб. Зокрема, ЗМІ можуть публікувати новини, коментарі, звіти або інші матеріали, які можуть бути сприйняті громадськістю як позитивні або негативні для репутації певної особи чи організації.

Наприклад, якщо інформація про успішну діяльність компанії публікується в ЗМІ, це може покращити репутацію та імідж цієї компанії. З іншого боку, якщо ЗМІ повідомляють про скандали чи правопорушення компанії, це може негативно вплинути на її репутацію [8].

Оскільки ЗМІ мають значний вплив на репутацію та імідж, важливо приділяти належну увагу взаємодії зі ЗМІ та підтримувати ефективну комунікацію з громадськістю.

Вільний потік і поширення інформації є одним з найважливіших факторів соціально-політичного, економічного, культурного та особистого розвитку. Під час надсилання інформаційних повідомлень, особливо електронних листів та коротких повідомлень на мобільні телефони, може відбуватися обмін словесними символами. Наприклад, при наборі повідомлень на клавіатурі мобільного телефону можуть виникати помилки, коли користувачі натискають не ті клавіші або ігнорують автокорекцію. Помилки також можуть виникати при копіюванні та вставці тексту, оскільки форматування може бути неправильним або деякі символи можуть бути

втрачені. Тому важливо ретельно перевіряти текст перед надсиланням, щоб уникнути непорозумінь або недоречних формулювань. Багато образів та асоціацій циркулюють у свідомості, допомагаючи людям орієнтуватися в реальності.

Держави також є акторами, "особистостями", з усіма характеристиками інших держав, всередині і поза різними організаціями, блоками і групами. Для того, щоб бути успішною на міжнародній арені, держава повинна постійно поширювати інформацію про свою діяльність, зміцнюючи свій імідж, який є її основним структурним елементом [40].

Цей імідж можна визначити. Під іміджем держави розуміється складова іміджу, що складається із загальних характеристик (об'єктивних чи суб'єктивних), отриманих на основі прямих чи опосередкованих спостережень. Імідж держави формується у свідомості цільової аудиторії.

Образи держави формуються у свідомості цільової групи. Це означає, що люди проєктують свої уявлення про державу, її роль і місце в суспільстві на основі власного досвіду, знань і сприйняття. Імідж держави може формуватися через різні джерела, такі як засоби масової інформації, культурні та історичні традиції, політичні рухи та події.

Імідж держави може бути важливим для взаємодії між державою та її громадянами, а також для співпраці з іншими державами та міжнародними організаціями. Якщо імідж держави відповідає прагненням і очікуванням її громадян та інших держав, він може позитивно впливати на національний розвиток і підвищувати довіру до неї в міжнародному співтоваристві. Однак, якщо імідж держави є негативним або нереалістичним, це може призвести до відчуження та неповаги до державного інституту та труднощів у міжнародних відносинах.

Національний імідж - це також процес створення та поширення через національні та міжнародні засоби масової інформації таких характеристик держави, як її економіка, наука, ресурси, природа, історія, культура, спосіб життя та духовні особливості її народу. Ефективна та цілеспрямована робота ЗМІ відіграє важливу

роль у формуванні громадської думки. Важливість формування іміджу держави полягає в тому, що він функціонує в загальній системі міждержавних відносин у різних сферах.

Формування іміджу держави відіграє важливу роль у відносинах між державами. Імідж - це те, як держава сприймається іншими державами, а також громадянами та бізнесом в інших країнах. Сюди входить сприйняття держави як партнера для співпраці, інвестицій та туризму.

Сильний національний імідж може залучати іноземні інвестиції, створювати нові робочі місця та розвивати економіку. Більше того, імідж держави може впливати на політичні рішення інших країн, наприклад, співпрацювати чи конкурувати.

З іншого боку, поганий імідж може відлякувати іноземних інвесторів і туристів, спричинити економічну нестабільність і негативно вплинути на міжнародні відносини країни.

Створення сприятливого іміджу країни є важливим питанням, яке потребує вирішення у багатьох сферах, від культури та економіки до політики та суспільства.

Сьогодні ЗМІ стрімко розвиваються як посередники між державною політикою та громадянами і можуть стати на бік громадянського суспільства, яке прагне прагматиків і реформаторів, що ставлять людину на перше місце в державній політиці, економіці та інших сферах життя. Однак слід зазначити, що в цьому випадку вони віддалені від соціальних мереж і потреб людей, а тому часто мають менший вплив і менше довіри та поваги в очах громадськості. Крім того, багато організацій та політичних лідерів мають власні радіостанції, які просувають певні програми. Тому особливо важливо аналізувати та оцінювати контент, розміщений у соціальних мережах. Пошук експертів з міжнародних питань та знайомство з державами є одним з найважливіших елементів побудови відносин між державами [43].

Нові цінності держав значною мірою формуються через медіа. Створення стабільного та позитивного іміджу політичної влади є одним з ключових факторів, що визначають міжнародну конкурентоспроможність країни.

Спостереження за взаємозв'язком між іміджем влади та міжнародною конкурентоспроможністю економіки країни показує пряму кореляцію: чим кращий імідж країни, тим більше інвестицій вона залучає в свою економіку (іноземних та внутрішніх) і тим стабільніша її конкурентоспроможність на міжнародних ринках. Наявність якісної землі дозволяє приймати рішення про інвестування в країну швидше і з меншою кількістю перешкод, ніж зараз.

Для ЗМІ характерним є конструювання образу країни на основі штучно створених позитивних моделей, ідеалів та міфів, а не фактів. Медіа-організації часто мають власні мотиви та цілі при створенні новин та інформаційного контенту. Зокрема, вони можуть прагнути підвищити національну гордість і патріотизм серед глядачів і читачів, що може призвести до створення "штучного" позитивного іміджу країни.

Однак це не означає, що ЗМІ свідомо перебільшують або фабрикують факти. Іноді негативні аспекти життя в країні можуть не бути предметом публікації, що призводить до недооцінки. З іншого боку, позитивні аспекти життя, навіть якщо вони є реальними, можуть бути спотворені або применшені, щоб відповідати певній думці або очікуванням певної аудиторії [18].

У будь-якому випадку, важливо мати навички критичного мислення та аналізу інформації, щоб уникнути викривлення реальності та не потрапити в пастку стереотипів і міфів, які можуть вплинути на сприйняття країни та світу. З іншого боку, країни та організації на власний розсуд прагнуть створити позитивний імідж. Цей образ призначений для поширення з метою підвищення обізнаності громадськості і поширюється більшістю засобів масової інформації певної країни або політичної групи.

Оскільки існує багато можливих підходів до держави як суб'єкта політичного іміджу, можна виокремлюють різні типи іміджевих досліджень.

Загальні підходи до формування іміджу держави, виокремлюють такі два види іміджевої роботи:

1. Зовнішній імідж держави - дослідження іміджу держави на міжнародному рівні, спрямовані на формування сприятливого сприйняття держави у світовій громадській думці, та міжнародний імідж, тобто робота над формуванням іміджу держави на міжнародному рівні. Міжнародна іміджева робота - це робота над іміджем держави на міжнародному рівні, спрямована на формування сприятливого сприйняття держави у світовій громадській думці. Така робота може включати створення сприятливого бізнес-клімату, залучення іноземних інвестицій, розвиток культурно-мистецьких обмінів з іншими країнами, просування туристичного потенціалу країни.
2. Внутрішній імідж держави - робота над іміджем держави на національному рівні, спрямована на формування сприятливого сприйняття держави населенням. Така робота може включати соціальні програми, розвиток освіти та культури, підвищення рівня життя, забезпечення внутрішньої безпеки та стабільності, забезпечення прав і свобод громадян.

Конструювання іміджу держави як політичного актора може передбачати різні інструменти та підходи залежно від конкретного завдання та контексту. Ставлення до неї - це ефект іміджу або "електронного образу", який є результатом свідомості цільової групи. Саме цей імідж має тривалу вагу в політиці і відображає позицію, яку потрібно зайняти. Бажано, щоб інформація про явище, подію, особу, народ чи країну була привабливою і швидко передавалася [11].

Так само виникають негативні міфи або "антиміфи", які мають на меті знецінити та дискредитувати когось або щось в очах громадськості. Влада країни контролює потік інформації всередині держави не менше, ніж потік інформації

ззовні, і має повний контроль над діяльністю власних ЗМІ. Це особливо важливо в умовах інформаційних війн, інтервенцій та інформаційного тероризму.

Завдяки засобам масової інформації (в тому числі Інтернету та іншим медіа) держави мають можливість дивитися на себе ззовні і краще оцінити свій імідж, поточні недоліки, взаємозв'язки, аналіз помилок, можливості для нового позиціонування, поширення позитивних рис в образі своєї країни. У цьому можуть допомогти ЗМІ. ЗМІ - це інструмент і навіть зброя, яка може безпосередньо впливати на результативні характеристики політичного іміджу держави.

2.2 Досвід формування іміджу в різних країнах світу

Зміцнення позитивного іміджу держави може підвищити впевненість громадян у собі та сприяти сталому розвитку. Важливість позитивного іміджу полягає у позитивному сприйнятті громадянами своєї країни та його впливі на їхнє самовизначення. Коли громадяни позитивно сприймають свою країну і пишаються нею, вони з більшою ймовірністю братимуть активну участь у різних ініціативах і проєктах, спрямованих на національний розвиток. Це і участь у виборах, і активна участь у публічних дебатах, і добровільна участь у благодійних заходах та ініціативах, спрямованих на національний розвиток.

Сприятливий імідж держави також може залучити іноземні інвестиції та сприяти економічному розвитку і створенню робочих місць. Багато іноземних інвесторів шукають країни зі стабільною економікою та політичним режимом, що заслуговує на довіру, і сприятливий імідж держави може стати вирішальним фактором у виборі місця для інвестування.

Зміцнення позитивного іміджу держави серед громадян є важливим кроком на шляху до досягнення сталого розвитку. Однак сприятливий імідж за кордоном вимагає такої філософії управління, за якої уряд і держава перебувають у гармонії, а образ держави, який бажають бачити громадяни, відповідає реальності. Добрі

відносини між владою та суспільством, взаємна відповідальність та усвідомлення національних інтересів мають бути фундаментальними принципами [12].

Відносини між владою та суспільством є ключовим елементом для успішного розвитку будь-якої країни. Успішні відносини між владою та суспільством ґрунтуються на принципах взаємної відповідальності, співпраці, довіри та взаєморозуміння.

Уряди повинні бути уважними до потреб та інтересів суспільства і розуміти проблеми та виклики, з якими стикаються їхні громадяни. Водночас суспільство має брати на себе відповідальність, підтримувати своїх представників та забезпечувати легітимність і підтримку процесів прийняття рішень задля забезпечення національних інтересів та добробуту всіх громадян.

Прозорість урядових процесів та відкрита комунікація між урядом і суспільством є необхідними для підтримки довіри та співпраці. Цього можна досягти шляхом розширення участі громадськості у прийнятті рішень, консультаціях та діалозі, а також шляхом розширення можливостей для громадського контролю за діяльністю уряду.

Вирішення питань взаємної відповідальності та визнання національних інтересів є ключовими елементами успішних відносин між владою та суспільством. Це допоможе забезпечити ефективність влади, підтримати стабільність і добробут суспільства в цілому.

Важливими елементами іміджу країни на міжнародній арені є торговельні відносини, культурні обміни (театр, музеї, виставки, кіно, музика та ін.) та засоби масової інформації. Це найпотужніші та найефективніші засоби впливу на імідж країни.

Покращення іміджу країни в міжнародному співтоваристві є важливим питанням для кожної країни, оскільки це безпосередньо впливає на економічний розвиток, міжнародну торгівлю та дипломатичні зусилля [17].

Торговельні відносини відіграють важливу роль у формуванні іміджу країни, оскільки вони допомагають підвищити впізнаваність брендів і товарів, вироблених в країні, на міжнародних ринках. Культурні обміни, такі як театр, музеї, виставки, кіно і музика, дають можливість продемонструвати культурну спадщину і традиції країни, а також допомагають привернути увагу і просунути країну на міжнародному рівні.

Засоби масової інформації, такі як телебачення, радіо, інтернет та соціальні мережі, є найефективнішими інструментами формування іміджу країни. Поширення інформації про позитивні аспекти культури, історії та досягнень країни, які сприяють формуванню її іміджу в міжнародному співтоваристві, має сильний вплив на міжнародну впізнаваність країни.

Торговельні відносини, культурні обміни та засоби масової інформації можуть впливати та взаємодіяти один з одним у формуванні іміджу країни на міжнародній арені. Наприклад, успіхи в торгівлі можуть підвищити інтерес до країни, її культури та традицій, а культурні заходи та ЗМІ можуть привернути увагу до потенціалу країни в торгівлі та інших сферах.

Формування іміджу країни на міжнародній арені - це тривалий і системний процес, який вимагає координації зусиль у різних сферах. Для цього важливо мати чітку стратегію побудови іміджу та використовувати ефективні інструменти, такі як компанії зі зв'язків з громадськістю та дипломатичні представництва. ЗМІ можуть бути одним з найважливіших інструментів у цьому процесі, але їх використанню слід приділяти належну увагу і підходити до них з належним підходом, щоб забезпечити ефективність іміджевої стратегії країни.

Відомо, що імідж країни базується на трьох рівнях суспільної свідомості: міфічному, стереотипному та об'єктивному [23].

Міфічний рівень свідомості відображається в традиційних міфах, легендах та історичних подіях, які використовуються для створення певних ідеалів та символів держави. В Україні, наприклад, національний епос, легенди про козацтво та інші

історичні події знайшли своє відображення в національних символах, таких як державний герб і прапор.

Стереотипний рівень обізнаності відображає певні уявлення про державу, що використовуються в повсякденному житті та в соціальних інститутах, таких як ЗМІ. Прикладами можуть бути уявлення про економічне, політичне та культурне життя країни.

Об'єктивний рівень поінформованості відображає реальну політичну, економічну та культурну ситуацію в країні. Цей рівень ґрунтується на фактах, даних і статистиці та використовується для аналізу й оцінки розвитку країни.

Всі ці рівні взаємодіють між собою і впливають на формування національного іміджу. Наприклад, міфологічний рівень створює ідеали та символи держави, стереотипний рівень формує сприйняття держави в суспільстві, об'єктивний рівень показує реальний стан розвитку держави та може впливати на її подальші перспективи [29].

Найважливішим фактором у формуванні іміджу є ступінь стереотипізації. Однак слід також враховувати роль і значення двох інших рівнів, які забезпечують структуру нового іміджу, його зв'язок з очікуваннями суспільства та збалансованість з національною дійсністю.

Формування національного іміджу базується на позитивних характеристиках країни, її матеріальних цінностях та унікальних досягненнях.

Ключовим аспектом побудови національного іміджу є забезпечення позитивного сприйняття таких національних атрибутів, як стабільність, безпека, демократія та прогресивність. Матеріальні цінності, такі як економічний розвиток, наукові досягнення, культурна спадщина та природні ресурси, також є важливими елементами. Ці фактори сприяють формуванню сприятливого іміджу країни в міжнародному співтоваристві і роблять її привабливою для інвестицій, туризму та науково-технічного співробітництва.

Унікальна природна краса, історичні та культурні пам'ятки, національні традиції та звичаї, а також унікальні досягнення, такі як відомі спортивні команди, також можуть підкреслити індивідуальність країни та її привабливість для світу. Всі ці елементи сприяють формуванню іміджу країни як привабливого місця для життя, розвитку бізнесу та інновацій.

Побудова національного іміджу - це багатогранний і складний процес, який вимагає не лише позитивних характеристик і матеріальних активів, але й ефективної зовнішньої політики, дипломатії та комунікації.

Побудова іміджу держави можлива лише в контексті досягнень країни та реальних успіхів у соціально-економічному розвитку, зміцненні авторитету, легітимності та дієздатності влади [36].

Національний імідж не повинен бути незмінним, а має адаптуватися до вимог часу та еволюції економічних, соціальних, технологічних та інформаційних процесів. Країни повинні бути готові змінювати свій національний імідж відповідно до обставин. Це особливо важливо, коли:

1. Сприйняття країни не відповідає реальній ситуації;
2. Існують зовнішні фактори, безпосередньо пов'язані з втратою влади за межами країни, такі як серйозні зміни на геополітичній карті світу або зростання впливу конкурентів (наприклад, політична ситуація в Україні);
3. Можливості для держав активно просувати свою економіку та політику на міжнародній арені.

Зміна або підтримка іміджу держави повинна базуватися на професійних і наукових принципах. Ця галузь науки, як ніяка інша, вимагає серйозної віддачі. Це пов'язано з тим, що реальні люди і політики діють у цій сфері без належної підготовки і часом ігнорують наслідки своїх дій (а іноді діють всупереч наміченим цілям). Методи іміджевого піару часто використовуються недбало і неефективно.

Для того, щоб країна позитивно сприймалася та успішно розвивалася у своїх внутрішніх відносинах із суспільством, необхідно встановити загальні стандарти

цінностей, прийнятні для більшості суспільства, для різних верств і соціальних груп, які складають національну свідомість. Важливо визначити систему цінностей і моральних принципів, здатних об'єднати населення. Слід зазначити, що пошуки національної філософії тривають вже давно. Національна філософія необхідна для того, щоб зрозуміти, куди ми рухаємося, і визначити довгострокові стратегічні цілі країни. Вона також необхідна для консолідації суспільства та формування ідеальних зразків людської поведінки для індивідів і суспільства [39].

Національна ідея - це глибока категорія, яка відображає сукупність усіх етнічних, політичних, географічних та релігійних уявлень, що існують у суспільстві. Вона дозволяє визначити і представити ідею суспільства як нації.

Національну ідеологію можна визначити як основні ідеї, цінності та ідеали, що є спільними для країни і є важливим визначником її ідентичності та культури. Вона відображає характеристики, які роблять країну унікальною і відрізняють її від інших країн.

Національні ідеали - це базові принципи, які об'єднують людей певного суспільства і формують спільні цілі та напрямки розвитку країни. Це може бути будь-яке поняття, що визначає націю, наприклад, громадянські свободи, демократія, національна ідентичність або релігійна толерантність.

Національні ідеали також можуть включати принципи та цінності, пов'язані з історією та культурою народу, такі як традиції, мова, література, мистецтво та національна історія. Ці елементи можуть бути важливими для збереження і розвитку національної ідентичності.

Кожна країна чи етнічна група може мати власну національну філософію, яка відображає її унікальність та самобутність. Однак не слід забувати, що національна філософія не повинна призводити до дискримінації або виключення будь-якої групи громадян, а навпаки, повинна сприяти встановленню спільних цілей для всіх громадян країни.

Оновлення державної ідеології та адаптація її до сучасних реалій є важливим завданням для будь-якої країни, в тому числі і для України. З огляду на складні політичні та геополітичні, соціальні та економічні виклики, що стоять перед країною, державна ідеологія повинна відповідати потребам і цінностям сучасного суспільства. Оновлення державної ідеології можна розглядати з кількох точок зору.

По-перше, воно має відповідати цивілізаційним та науковим процесам нового тисячоліття. Це означає, що необхідно враховувати нові наукові досягнення, технологічний прогрес і зміну суспільних поглядів. Наприклад, розуміння важливості екологічної стійкості, інноваційного розвитку, інформаційної безпеки та інших сучасних елементів може бути інкорпороване в нову державну ідеологію.

По-друге, оновлена державна ідеологія має враховувати геополітичні реалії та виклики, що стоять перед Україною. Врахування геополітичного положення, взаємодії з іншими країнами, регіональних конфліктів та міжнародного співробітництва допоможе сформулювати стратегію, яка сприятиме успішному розвитку країни.

По-третє, економічні виклики, такі як глобалізація, конкурентоспроможність, інвестиції та людський розвиток, також мають бути відображені в національній ідеології. Здорова економіка та ефективне використання ресурсів є важливими елементами сталого розвитку країни.

Оновлюючи національну ідеологію, слід враховувати думку широких верств суспільства. Консультації з експертами, публічні дебати та активна участь громадян і представників різних груп населення є важливими кроками на шляху до широкої підтримки та впровадження оновленої національної ідеології.

Для успіху країни потрібна не лише оновлена національна ідеологія, а й її імплементація в практичну політику та стратегії. Важливо забезпечити її реалізацію шляхом реформування різних сфер суспільства, залучення компетентних людських ресурсів та підтримки ініціатив, спрямованих на досягнення поставлених цілей.

Оновлення національної ідеології та адаптація її до сучасних викликів є складним, але важливим процесом для успішного та ефективного розвитку країн в новому тисячолітті [37].

2.3 Оцінка ефективності державного іміджу

Активні процеси глобалізації та автоматизації, які домінують у розвитку сучасного українського суспільства, вивели питання формування та реалізації державної іміджевої політики на якісно новий рівень.

Глобалізація передбачає зростаючу інтеграцію економіки, культури, комунікації та політики на світовому рівні. Це означає, що держави стають все більш взаємозалежними одна від одної, а їхній імідж опиняється в центрі уваги міжнародної спільноти. Формування позитивного іміджу України стає важливим завданням для країни в глобальному контексті.

Автоматизація також має значний вплив на іміджеву політику країни. Стрімкий технологічний прогрес та впровадження інноваційних рішень змінюють способи взаємодії держави зі своїми громадянами та зовнішнім світом. Наприклад, соціальні мережі та Інтернет надають широкі можливості для поширення іміджу держави та швидкої комунікації з громадськістю. З іншого боку, викликом є швидке та непередбачуване поширення інформації, що може вплинути на імідж держави як позитивно, так і негативно.

У цьому контексті держави активно використовують стратегії іміджевої політики для забезпечення сприятливого іміджу на міжнародній арені. Це можуть бути публічні дипломатичні заходи, рекламні кампанії, спонсорство, культурні обміни та інші заходи, спрямовані на покращення іміджу. Використання соціальних мереж та інших інформаційно-комунікаційних технологій також відіграють важливу роль у формуванні світової громадської думки [22].

Глобалізація та автоматизація суттєво змінюють умови формування та реалізації національної іміджевої політики. Щоб бути успішною в цьому контексті,

державі необхідно активно використовувати нові можливості, враховувати умови, що швидко змінюються, та ефективно комунікувати зі своїми громадянами та міжнародною спільнотою.

Поняття іміджу державної влади - це інституційний образ громадян, який формується в суспільній свідомості за допомогою художніх творів, інформації ЗМІ та технологій зв'язків з громадськістю і інтегрується з образом особистості.

Зовнішнє середовище має значний вплив на формування іміджу органів державної влади, особливо на оцінку громадськістю їхньої діяльності та ефективності виконання поставлених перед ними завдань. Імідж державних інституцій має оціночний характер. Рівень оцінки іміджу може змінюватися залежно від суспільно-політичного, соціально-економічного та культурного розвитку суспільства [32].

Імідж державних інституцій оцінюють за двома показниками: поведінка та мова.

Діяльність є результатом роботи органів державної влади і відображається в їхній здатності вирішувати проблеми та досягати поставлених цілей. Це включає в себе прийняття та імплементацію законодавства, реформи, політичні рішення та економічні результати. Якщо орган державної влади працює ефективно і досягає хороших результатів, це може позитивно вплинути на його імідж.

Це стосується поведінки, етичних і моральних стандартів органів державної влади та способу їхньої взаємодії з громадянами. Сюди можна віднести ставлення до скарг громадян, прозорість у роботі, комунікацію з громадськістю та відкритість до діалогу. Органи державної влади можуть позитивно впливати на сприйняття та імідж громадян, якщо вони демонструють етичну поведінку, повагу до громадян та підтримують високий рівень діалогу.

Важливо, щоб поведінка та діяльність органів публічної влади відповідала вимогам законодавства та міжнародним стандартам демократичних цінностей,

оскільки це є ключовими елементами підтримки довіри до органів публічної влади та покращення їхнього іміджу.

Оцінка діяльності органів державної влади визначається ступенем виконання ними своїх функціональних завдань та впливом їхньої поведінки на суспільство. Характеристики якості іміджу (позитивний/негативний) визначаються поведінкою влади та ставленням до неї. Оцінки ґрунтуються на суспільних конвенціях, багато з яких відображені в законах і нормативних актах, що регулюють діяльність громадських організацій [39].

Процес розробки та реалізації концепції іміджевої стратегії України включає наступні етапи: аналіз поточної ситуації зі стратегічної точки зору, визначення місії та цілей стратегії, визначення часових рамок стратегії (довго-, середньо- або короткострокових), вибір найбільш ефективних комунікаційних тактик, забезпечення обміну інформацією, оцінка результатів та внесення коректив у разі необхідності:

1. Аналіз ситуації: є розуміння поточної ситуації, включаючи аналіз потреб та очікувань ринку, конкурентів та цільової аудиторії. Цей аналіз дозволяє організації визначити свої сильні та слабкі сторони, а також можливості та загрози.
2. Визначення місії та цілей стратегії: на цьому етапі формулюється місія організації (головна цільова концепція) та конкретні SMART-цілі, яких має досягти іміджева стратегія. Ці цілі мають бути конкретними, вимірюваними, досяжними, актуальними та обмеженими в часі.
3. Визначення часових рамок стратегії: вибір часових рамок для стратегічного плану залежить від організації та цілей стратегії. Довгострокові плани зазвичай охоплюють три-п'ять років, середньострокові - один-три роки, а короткострокові - менше одного року.
4. Вибір комунікаційної тактики: цей етап вирішує, як взаємодіяти з цільовою аудиторією для досягнення поставлених цілей. Це може бути реклама, зв'язки

з громадськістю, соціальні мережі, спонсорство та інші маркетингові комунікації.

5. Зворотній зв'язок: після того, як іміджева стратегія буде реалізована, важливо відстежувати відгуки та реакцію цільової аудиторії. Це можна зробити, аналізуючи відгуки через маркетингові дослідження, опитування, соціальні мережі та інші канали комунікації.
6. Оцінка та коригування результатів: оцінка ефективності іміджевої стратегії на основі зібраних даних та зворотного зв'язку. За необхідності змінюють або коригують план для досягнення бажаних результатів.

Процес створення та реалізації іміджевої стратегії може відрізнятися залежно від конкретної організації та ситуації. Однак ці кроки є загальними і слугують основою для розробки власної стратегії.

Іміджева стратегія - це комплекс заходів, спрямованих на створення та підтримку сприятливого іміджу державної організації, політичного лідера або країни в цілому. Це стратегічний план дій, який використовує набір інструментів і ресурсів для досягнення конкретних іміджевих цілей.

Ключовим елементом іміджевої стратегії є активна взаємодія з громадськістю. Це включає про активну комунікацію, відкритість до думок і потреб громадян, а також реалізацію політики, яка покращує якість життя і відповідає потребам громадян [29].

Інформаційні технології відіграють ключову роль у реалізації іміджевих стратегій, дозволяючи державним організаціям швидко та ефективно спілкуватися з громадянами, поширювати інформацію про свою діяльність та досягнення, а також отримувати зворотній зв'язок. Соціальні мережі, веб-сайти, електронні бюлетені та мобільні додатки - це лише деякі з інструментів, доступних для підтримки іміджу.

Оскільки інформація стає все більш цінним ресурсом для суспільства, важливо забезпечити доступ до якісної та достовірної інформації. Державні органи

повинні визнати вплив інформаційного сектору на суспільство та активно працювати над підвищенням інформаційної грамотності громадян.

Таким чином, іміджеві стратегії залежать від ефективного використання інформаційних технологій, конструктивної взаємодії з громадянами та надання якісної інформації. Це ключові елементи у формуванні позитивного іміджу громадських організацій та досягненні їхніх стратегічних цілей.

Процес формування позитивного іміджу громадських організацій складається з систематичних і спланованих дій, які фокусують та інтегрують зусилля державних органів, засобів масової інформації та професійної громадської думки. Найвпливовішою формою формування іміджу є засоби масової інформації, що підтверджується соціологічними дослідженнями [1].

До ЗМІ належать телебачення, радіо, газети, журнали, інтернет-видання, соціальні мережі та інші канали комунікації.

Ефективність ЗМІ у формуванні іміджу насамперед базується на їхній здатності охоплювати широку аудиторію та впливати на її погляди, переконання та сприйняття. Для цього медіа мають потужні інструменти, зокрема можливість надавати інформацію, аналізувати події, розставляти акценти, формулювати заголовки та створювати емоційний вплив.

Соціологічні дослідження часто підтверджують, що ЗМІ мають значний вплив на формування громадської думки. Наприклад, дослідження показали, що ЗМІ можуть впливати на переконання громадян, формувати стереотипи, посилювати певні думки та змінювати ставлення до певних людей, організацій та подій.

Однак важливо пам'ятати, що ЗМІ - не єдиний фактор, який впливає на формування іміджу. Інші фактори, такі як особистий досвід, взаємодія з іншими людьми, соціальні мережі та інші джерела інформації також відіграють важливу роль.

Взаємодія з іншими також є важливим фактором. Люди, з якими контактуємо, такі як сім'я, друзі та колеги, впливають на переконання та погляди. Завдяки дискусіям, обміну думками та взаємному навчанню можемо змінювати свої погляди та збагачувати свій розум.

Соціальні мережі та інші джерела інформації також мають важливий вплив на наш світогляд. Завдяки інтернету маємо доступ до великої кількості інформації, новин, поглядів і думок різних людей з усього світу. Однак не всі джерела є надійними, а іноді передаються спекуляції або фейкові новини, тому важливо критично ставитися до інформації, яку отримуємо, і перевіряти її [1].

Всі ці фактори впливають на формування характеру та поглядів. Важливо брати їх до уваги, бути відкритим до нових ідей, постійно вчитися і критично мислити, щоб краще розуміти навколишній світ і формувати збалансовану думку щодо різних політичних питань.

Таким чином, важливим аспектом реалізації іміджевої стратегії, що забезпечить сприятливий імідж України, є конструктивна взаємодія з громадськістю та забезпечення зворотного зв'язку через різні засоби комунікації.

ВИСНОВОК ДО ДРУГОГО РОЗДІЛУ

Загалом, Україна розглядається як країна з потужним потенціалом, але яка стикається з внутрішніми проблемами. Інші країни ставляться до України майже позитивно: 64% опитаних позитивно, 24% - байдуже, а 12% вважають Україну слабкою країною.

Експерти вважають, що покращення іміджу України на міжнародній арені залежить від вжиття українською владою ефективних заходів у сфері економічних реформ, боротьби з корупцією та злочинністю, а також більш ефективної зовнішньої політики.

Експерти також високо оцінюють той факт, що політична еліта України керує країною. Вони також підкреслюють добрі відносини України з іншими країнами та дружнє ставлення іноземних ЗМІ до України.

Не можна недооцінювати роль і значення засобів масової інформації в презентації урядів і держав, оскільки вони можуть мати значний вплив на громадську думку і формувати позитивне або негативне сприйняття суспільства.

З наведеного вище аналізу можна зробити висновок, що ЗМІ можуть використовуватися не лише для цілеспрямованого формування інформаційної складової іміджу держави з точки зору певної цільової групи, але й для нанесення нищівних ударів. Медіа - це палиця з двома кінцями, яка може як створити імідж, так і зруйнувати його. Громадськість є стимуляторами постійних змін у внутрішньому та зовнішньому іміджі країни. Державними регуляторами виступають як глобальні актори, так і окремі чиновники. Саме ЗМІ та сам інформаційний простір привертають увагу світу до тих чи інших фактів, використовуючи широкий спектр прийомів для приховування або замовчування подій у певному контексті.

Імідж держави в міжнародному співтоваристві є одним з найважливіших елементів формування міжнародних відносин та інструментом у вирішенні власних конкурентних завдань. Роль іміджу держави набуває все більшого значення у

зв'язку зі стрімким розвитком інформаційних технологій та засобів масової інформації, які безпосередньо впливають на формування стереотипів, образів та громадської думки, що, в свою чергу, впливає на процес прийняття політичних рішень на міжнародному рівні.

Імідж держави має ґрунтуватися на унікальному та важливому ідеологічному проєкті її розвитку (забезпечення передбачуваності дій держави), забезпечувати відповідність вимогам національної ідеології та чіткий контроль за досягненням стратегічних цілей. Імідж держави має бути конкретним і політично стабільним (для розвитку міжнародної торгівлі та залучення прямих іноземних інвестицій), але водночас гнучким і адаптивним у разі необхідності.

Необхідно адаптуватися до змін суспільно-політичної ситуації, недоліків у зображенні реальності та можливих ризиків для міжнародного авторитету.

Необхідно зміцнювати інформаційний потенціал країни, активно і свідомо співпрацювати зі ЗМІ та привертати увагу міжнародної спільноти до діяльності України.

Створення та просування сприятливого міжнародного іміджу України є важливим завданням, яке мають виконувати всі органи державної влади відповідно до своєї компетенції. Для досягнення цієї мети, необхідно створити в рамках Міністерства культури та інформаційно політики України, спеціальний механізм управління іміджем, відповідальний за створення, координації та реалізації політичного іміджу країни.

РОЗДІЛ 3

ТЕНДЕНЦІЇ ІМІДЖУ УКРАЇНИ В ГЛОБАЛЬНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ

3.1 Аналіз існуючого іміджу України в світі

Маючи глибоко вкорінену історію та багату культурну спадщину, Україна завжди мала потенціал стати впливовим гравцем на міжнародній арені. Однак до 2022 року було докладено чимало зусиль для зміцнення національного бренду та підвищення впізнаваності України у світі.

Агресія Росії проти України, що триває з 2014 року, серйозно загрожує безпеці та територіальній цілісності країни. Не зважаючи на це, український народ продемонстрував неймовірну мужність і рішучість у відстоюванні своїх прав і територіальної цілісності. Не виправдана агресія Росії змусила світову спільноту по-новому поглянути на Україну.

Завдяки високим технологіям та активній інформаційній діяльності впізнаваність України у світі досягла безпрецедентного рівня. Зростає інтерес до української культури, історії та географії. Люди дізналися про талановитих українських спортсменів, науковців, митців та багатьох інших представників українського народу, які зробили значний внесок у світову спадщину [50].

Зростання обізнаності про Україну автоматично призвело до сприйняття України як впливового міжнародного гравця. Україна опинилася в центрі уваги світових лідерів, які висловлювали свою підтримку та симпатію українському народу. Велику роль у цьому відіграли активні дипломатичні зусилля (Офіс Президента), спрямовані на розбудову міжнародних альянсів та згуртування підтримки у боротьбі з агресором.

Збройні сили України відіграли ключову роль у зміцненні національної сили та сприйняття країни у світі. Вони продемонстрували високий рівень професіоналізму, мужності та самовідданості у боротьбі з російською агресією.

Воїни Збройних Сил України стали символом сили, волі та стійкості українського народу. Своїми діями та самопожертвою вони здобули повагу та підтримку не лише в Україні, а й в усьому світі.

Зміцнення національного бренду України було б неможливим без активної участі політичного керівництва країни. Відповідальність та рішучість українського керівництва у вирішенні складних політичних, економічних та соціальних проблем під час війни створили позитивний імідж України у світі.

Важливим елементом успіху стала єдність українського громадянського суспільства у боротьбі за демократію та свободу. Люди з усіх верств суспільства та професій об'єдналися навколо спільної ідеї, продемонструвавши велику громадянську активність та волю до перемоги. Це показало світовій спільноті, що український народ заслуговує на свободу, справедливість і повагу.

Ці фактори призвели до значних змін у міжнародному іміджі України. Країна, яка раніше асоціювалася з певними стереотипами та хибними уявленнями, все частіше береться до уваги світовими лідерами та громадянами. Україна отримала можливість зайняти гідне місце на міжнародній арені та активно співпрацювати з іншими країнами у вирішенні глобальних проблем [50].

Таким чином, завдяки мужності, наполегливості та єдності Україна зміцнила свій національний бренд і була визнана впливовим міжнародним гравцем. Це досягнення демонструє потужний потенціал України та на дасть нові можливості для розвитку та співпраці з іншими країнами в майбутньому.

Маючи багату історію та великий потенціал, Україна привертає все більше уваги на світовій арені. У майбутньому імідж України продовжуватиме зростати, і світ дізнається про країну все більше і більше.

Сільське господарство - одна з основних галузей, яка відкриває перед Україною багато можливостей. Маючи родючі ґрунти та багаті природні ресурси, Україна може стати великим експортером сільськогосподарської продукції.

Сільськогосподарські технології в Україні є сучасними та ефективними, що робить країну привабливим партнером для співпраці в аграрному секторі.

Українські досягнення також пов'язані з військовим сектором. Україна розробила та впровадила передові військові технології, які сприяють зміцненню обороноздатності країни. Збройні Сили України модернізуються і зміцнюються, готові захищати незалежність і сприяти регіональній стабільності.

Україна також відома своїми інноваційними рішеннями та унікальним досвідом у різних сферах життя: в ІТ-секторі, стартапах та високотехнологічних підприємствах. Українські компанії та стартапи розвивають нові можливості та створюють інноваційні продукти, які визнані на світовому ринку.

Одним з успішних проєктів, який демонструє роботу та прогрес, є програма "Дія". Програма спрямована на розвиток економіки та надання соціальної підтримки громадянам, завдяки програмі "Дія" українці можуть скористатися широким спектром допомоги та підтримки в різних державних сферах.

Україна - країна з унікальним досвідом та потенціалом. З кожним роком імідж завойовує визнання та повагу. Світ знає про Українські досягнення в сільському господарстві, військовій справі, інноваційні рішення. Українці пишаються країною і вірять в її світле майбутнє в європейській сім'ї [50].

2022 рік був дуже важливим для України, коли її імідж та сприйняття у світі піднялися вище, ніж будь-коли раніше. Цей рік став переломним, коли Україна змогла продемонструвати свою силу, міць і потенціал на міжнародній арені.

У 2022 році Україна продемонструвала стабільне економічне зростання, і це в час коли в Україні ведуться бойові дії, зі сторони Росії. Це підтверджує, що Україна є привабливою для бізнесу та інвесторів, а реформи та економічна модернізація є успішними.

Дипломатичні зусилля України сприяли покращенню її іміджу. Україна активно боролася за свої регіональні цілі та отримала підтримку і співпрацю від

своїх глобальних партнерів. Висока дипломатична активність та розбудова довіри зміцнили репутацію та впізнаваність країни.

У 2022 році Україна продемонструвала силу та стійкість перед обличчям складних викликів і криз. Політична стабільність та зміцнення демократичних інститутів через реформи сприяли покращенню репутації країни.

2022 рік став переломним для України, імідж та сприйняття країни у світі значно покращилися. Це був рік, коли Україна продемонструвала свій потенціал, силу та успіхи в багатьох сферах, що було належним чином визнано в світовою спільнотою.

Україна вже давно шукає своє місце серед країн світу, і це відображається на її зростаючому глобальному визнанні. За останні роки індекс глобального визнання України зріс на 44%. Це свідчить про зростаючу повагу та підтримку України на міжнародній арені [50].

Особливо цікавим є той факт, що половина населення світу позитивно ставиться до мужності, волі та солідарності у захисті принципів і територіальної цілісності України.

Хоча війна принесла страждання і труднощі українському народу, вона стала історичною подією, яка сформувала новий світогляд для України. Завдяки наполегливості та відданості українського народу Україна не лише відстояла свою незалежність, але й стала прикладом у боротьбі за свободу та демократію.

Світове визнання та підтримка, яку отримала Україна, відображається не лише у зростанні індексу глобальної оцінки, а й у нових можливостях для розвитку країни. Іноземні інвестиції, технологічний обмін, культурні зв'язки та міжнародне партнерство стають більш доступними та поширеними.

Україна продовжує робити кроки для зміцнення своїх позицій у міжнародному співтоваристві, і позитивне ставлення половини населення світу є важливим показником її прогресу. Захоплюючий та цінний досвід, отриманий під

час судових процесів, відіграв важливу роль у зміцненні іміджу країни та сприяв покращенню її міжнародних позицій.

Україна є прикладом того, як нація може розвиватися через труднощі та перемоги. Це свідчення стійкості українського народу та джерело надії і натхнення для інших країн, які стикаються з труднощами та перешкодами на шляху до прогресу і розвитку.

Рішучість України у боротьбі за демократію та спільні цінності вплинула та надихнула весь світ, що призвело до значного покращення загального бачення та позитивного сприйняття України. З моменту здобуття незалежності Україна зіткнулася з багатьма викликами та перешкодами на шляху демократичних перетворень. Тим не менш, український народ продемонстрував неймовірну волю та рішучість у прагненні до свободи [50].

“Революція Гідності”, що розпочалася у 2013 році, стала символом відродження національної гідності та свободи. Мільйони українців зібралися на Майдані Незалежності, щоб висловити свій протест проти корупції, авторитаризму та порушень прав людини. Це був масштабний масовий протест, який підтвердив незламну волю українського народу до змін.

Світ спостерігав за хвилюючими подіями в Україні і був вражений та зворушений рішучістю та мужністю українського народу. Українські громадяни довели свою готовність боротися за свої права і свободи, незважаючи на жорстку реакцію влади. Багато міжнародних медіа-організацій звернули увагу на події в Україні та позитивно висвітлили їх значення для всього світу.

Боротьба за демократію в Україні стала важливим історичним моментом, який визначив цінності та майбутнє країни. Сприйняття України як важливого гравця на світовій арені змінилося на краще. Україна стала прикладом для інших країн, як можна протистояти авторитарним режимам і вибороти свободу. Український народ продемонстрував світовій спільноті свою відданість демократичним цінностям як основі стабільного суспільства та розвитку.

Відтоді Україна стала на шлях реформ і змін. Багато чого було досягнуто в боротьбі з корупцією, в усуненні недоліків у судовій системі та в розвитку громадянського суспільства. Україна продовжує бути визнаною демократичною країною, яка відстоює свої цінності.

Рішучість України у боротьбі за демократію та спільні цінності є натхненням не лише для українців, але й для всіх, хто вірить у сильну волю та відданість ідеалам свободи. Україна залишається символом стійкості, і цей приклад може надихати інші країни, які перебувають під тиском тиранічних та авторитарних режимів. Ця рішучість допоможе побудувати сильніше демократичне суспільство і світ, де кожен має право на свободу і гідне майбутнє [50].

У всьому світі 71% людей висловили підтримку Україні під час війни. Незважаючи на негативні наслідки війни, в серцях і свідомості людей по всьому світу зароджується позитивне ставлення до України. Одним з головних чинників такої підтримки є визнання важливості історії та культури України. Як країна з багатою історичною спадщиною, Україна зробила значний внесок у світову культуру, наукові досягнення та мистецтво. Ця різноманітна спадщина є джерелом захоплення та інтересу для багатьох, хто хоче дізнатися більше про країну та її народ.

Війна також зміцнила ідею української єдності у світі. Під час війни українці продемонстрували високий рівень солідарності та єдності. Багато людей по всьому світу стали свідками цієї єдності завдяки новинам та соціальним мережам. Ця вражаюча єдність у важкі часи гідна похвали і заслуговує на повагу багатьох громадян світу.

Український народ продемонстрував велику мужність і незламну волю до життя, яка надихає і не може бути недооцінена. Незважаючи на велику кількість жертв і порушень прав людини, люди в усьому світі визнають силу і рішучість українського народу, а позитивне ставлення до України продовжує зростати.

Війна була болючим періодом в історії України, але вона також змінила те, як країну сприймають у світі. Увага та підтримка багатьох людей по всьому світу зосереджена на історії, культурі та єдності українського народу. Україна може використати цю підтримку, щоб забезпечити мир і стабільність у країні та продемонструвати світові свою силу, впевненість і готовність до прогресу та співпраці [50].

Згідно з опитуваннями, проведеними у 2022 році, президент України Володимир Зеленський користувався значною міжнародною підтримкою та отримав високу оцінку за свої переможні зусилля. Весь цей час він користується рекордним рівнем підтримки серед тих, хто хоче, щоб Україна приєдналася до Європейського Союзу (ЄС) і НАТО. Дані свідчать про значну підтримку України серед європейських громадян.

В середньому 66% європейських громадян підтримують членство України в НАТО і ЄС. Це вражаюча цифра, яка відображає загальну тенденцію серед європейських громадян на користь інтеграції України до європейських та атлантичних структур. Підтримка Україною членства в НАТО та ЄС є важливим показником того, що реформи та євроінтеграційні зусилля України користуються широкою підтримкою та визнанням міжнародної спільноти.

Ці дані свідчать про значне зростання довіри до керівництва України та позитивне сприйняття прагнення України вступити до ЄС і НАТО. Це також свідчить про те, що європейські громадяни позитивно ставляться до розширення співпраці та партнерства з Україною в міжнародних структурах. Ці позитивні тенденції відображають значний потенціал для подальшого розвитку відносин України з країнами ЄС та НАТО [50].

Паралельно з громадським сприйняттям цього процесу, Україна за останні роки збільшила свій вплив на міжнародній арені: Згідно з даними, зібраними у 2021 та 2022 роках, вплив України зріс з 36% до 45%.

Зростаючий вплив України свідчить про те, що країна відіграє все більшу роль на міжнародній арені. Загалом, це можна пояснити різними факторами, такими як політичні зміни, економічні досягнення, культурний внесок та активна зовнішня політика.

У політичній сфері Україна бере активну участь у міжнародній діяльності та співпраці. Вона зробила значний внесок у розбудову миру та міжнародні переговори, особливо в контексті війни на території країни. Її активна позиція на міжнародній арені сприяла підтримці та розвитку відносин з іншими країнами. [50]

Економічне зростання та реформи в Україні також сприяють зростанню її впливу. Країна активно розвиває торговельно-економічні відносини з іншими країнами та пропонує свої товари та послуги на світовому ринку. Іноземні інвестори також виявляють дедалі більший інтерес до українського ринку, сприяючи розвитку інфраструктури та технологічних секторів.

Українська культура впливає не лише на власну територію, але й виходить далеко за її межі. Українська література, музика, кіно та інші види мистецтва мають світову популярність. Це сприяє позитивному сприйняттю України та її культури на глобальному рівні.

3.2 Україна в міжнародних новинах та соціальних мережах

З початку 2022 року і до сьогодні Україна є однією з найважливіших тем для обговорення у провідних світових медіа-агентствах. Країна привернула до себе велику увагу на національному та міжнародному рівнях і стала предметом численних дебатів та думок у новинному та політичному світі.

Зростаючий інтерес до України зумовлений геополітичною ситуацією в регіоні: Напад Росії на Україну в лютому 2022 року та подальша агресія викликали широкий спектр реакцій у міжнародному співтоваристві. Ці події викликали серйозне занепокоєння та гнів, і багато країн збільшили свою підтримку України, включаючи політичну, економічну та військову допомогу.

Однією з найважливіших тем, що викликають інтерес, є реформи в Україні. Президент та Уряд активно впроваджують реформи в різних сферах, таких як правосуддя, боротьба з корупцією, економічне зростання та соціальні перетворення. Ці реформи покращили умови життя українських громадян та зміцнили демократію в країні [49].

Україна також відома своїми культурними досягненнями. Українська музика, література, кіно та спорт стають дедалі популярнішими як вдома, так і за кордоном. Українські художники, письменники, музиканти та спортсмени отримують нагороди та увагу ЗМІ за свій талант на світовій арені.

Загалом, Україна стала головною темою для обговорення у провідних світових медіа з 2022 року і продовжує привертати значну увагу сьогодні. Покращення геополітичної ситуації, реформи та досягнення в культурній сфері призвели до зростання інтересу до України та публікації різноманітних матеріалів про країну в іноземних медіа.

У 2022 році, особливо наприкінці лютого та на початку березня, спостерігався значний пік публікації матеріалів про Україну в іноземних інформаційних агенціях. У цей період новини та статті про Україну готувалися та публікувалися у світових ЗМІ з підвищеним інтересом.

Причиною такого піку стали різні події, які відбулися в цей період в історії України. Найважливішою з них стала ескалація війни на території України, зі сторони Росії. Ця ситуація привернула увагу міжнародної спільноти, і багато іноземних ЗМІ активно висвітлювали ці події. Захоплення українських територій російськими військами, напружена ситуація в регіоні та гуманітарна криза стали головною темою для журналістів та аналітиків по всьому світу.

Політичні зміни та реформи в Україні також привертали увагу в цей період. Правоохоронна та судова реформи, боротьба з корупцією обговорювалися та аналізувалися в міжнародних ЗМІ. Україна була відзначена за її зусилля,

спрямовані на вдосконалення демократичних процесів та встановлення верховенства права [49].

Загалом пік висвітлення України іноземними інформаційними агентствами припав на кінець лютого - початок березня 2022 року, що свідчить про значний інтерес до подій та процесів в Україні у цей період. Значні політичні, військові та соціально-економічні зміни в країні стали предметом детального аналізу та обговорення на міжнародному рівні, що знайшло відображення у збільшенні кількості новин та статей про Україну у світових ЗМІ.

Як країна, що перебуває у складній ситуації, Україна потребує уваги та рефлексії щодо різних аспектів її сучасного життя. У 2022 році більша частина висвітлення України була пов'язана з війною та військовою агресією зі сторони Росії, але були й інші важливі питання, які привертали увагу ЗМІ.

Найбільше висвітлювалися військові операції, воєнні злочини та загроза глобальній безпеці, спричинена російською агресією. На ці теми припадає 41% від загального обсягу висвітлення. Це не дивно, оскільки війна є надзвичайно важливою подією, що впливає на безпеку не лише в Україні, а й на всі міжнародні відносини.

Другою за популярністю темою були статті про міжнародну допомогу та підтримку самої України. Ця тема склала 16% від загальної кількості. Важливість цих матеріалів дуже висока, оскільки Україна потребує допомоги для відновлення та реконструкції після війни.

Енергетична криза, спричинена серією ракетних і безпілотних атак на енергетичну інфраструктуру України, була третьою найпопулярнішою темою, на яку припадає 14% від загальної кількості матеріалів. Ці історії викликали великий інтерес, оскільки енергетична безпека є життєво важливою для розвитку людей і країни [50].

Особливо важливими були історії про тимчасово переміщених українців та їхнє життя за кордоном. Ця тема склала 8% від усіх публікацій. Війна призвела до

масового внутрішнього переміщення, змусивши людей залишати батьківщину і шукати притулку в інших країнах. Неможливо зрозуміти ситуацію в Україні, не беручи до уваги їхнє життя та проблеми.

Ці питання, які привертають найбільшу увагу ЗМІ, відображають складну реальність нинішньої ситуації в Україні та її вплив на світову політику, економіку і безпеку. Незважаючи на несприятливу ситуацію, важливо висвітлювати й інші аспекти українського життя, які сприяють розумінню та підтримці України в цей складний період.

Соціальні медіа мають значний вплив на сприйняття та обговорення глобальних подій. У порівнянні з іншими темами, які активно обговорюються в іноземних інформаційних агентствах, дискусії в соціальних мережах зосереджені на перебіг війни. Дослідження показують, що на цю тему припадає приголомшливі 63% від загальної кількості згадок у соціальних мережах.

Другою за важливістю темою, яка активно обговорюється в соціальних мережах, є міжнародна допомога та підтримка України. Згадки на цю тему становлять 10% від загальної кількості згадок у соціальних мережах. Це свідчить про високий рівень суспільного інтересу до питань, пов'язаних з наданням допомоги Україні [50].

Третя за популярністю тема, енергетична криза, не отримує такої уваги в соціальних мережах, як у закордонних ЗМІ. Лише 3% від загальної кількості згадувань у соціальних мережах було використано для обговорення цієї теми. Хоча це може свідчити про недостатній інтерес громадськості до енергетичної кризи, слід зазначити, що на обговорення в соціальних мережах може впливати низка факторів, зокрема алгоритми, особисті інтереси користувачів та поточні події.

Загалом, соціальні мережі відіграють важливу роль у формуванні громадської думки та впливають на те, як ми сприймаємо та обговорюємо світові події. Хоча війна є найпопулярнішою темою в соціальних мережах, ми не повинні забувати про

інші важливі питання, які потребують нашої уваги та обговорення, такі як міжнародна допомога та енергетична криза.

Ядерна загроза України та енергетична криза стали двома найбільш популярними та обговорюваними темами в соціальних мережах станом на 2022 рік. Це викликає серйозне занепокоєння багатьох громадян України та загальний інтерес міжнародної спільноти.

Зростаюча кількість повідомлень на форумах на цю тему свідчить про серйозну стурбованість і занепокоєння серед громадськості. Причини цього - від небезпеки ядерної зброї, поточного стану та аварійного потенціалу атомних електростанцій до рівня енергетичної залежності [49].

Україна має велику кількість атомних електростанцій, і запобігання аваріям та безпека є надзвичайно важливими питаннями. Громадяни висловлювали свої побоювання та занепокоєння щодо наслідків можливих аварій на АЕС, а також щодо стану та безпеки ядерних об'єктів в цілому.

Пов'язана з цим тема - енергетична криза - також викликала великий інтерес в українських користувачів соціальних мереж. Залежність України від енергоносіїв, особливо від імпорту природного газу, створює ризик для стабільності енергетичного сектору та економіки в цілому. Це викликає обурення і розчарування серед населення, що також знаходить своє відображення в соціальних мережах.

Велика кількість повідомлень на форумах про ядерну загрозу та енергетичну кризу свідчить про потребу в прозорій інформації та відповідях з боку уряду та профільних організацій. Люди хочуть розуміти ситуацію, знати про заходи безпеки та плани дій у разі небезпеки.

Висвітлення цих питань у соціальних мережах має значний вплив на громадську дискусію та обізнаність. Тому урядам і відповідним організаціям необхідно звертати увагу на ці дебати і надавати доступну і достовірну інформацію про ядерну безпеку та енергетичну політику. Тільки тоді, коли люди почуватимуться в безпеці, буде стабільність у цих важливих сферах.

Останніми роками Україна привертає значну увагу міжнародної спільноти. Відображаючи зростаючий інтерес до України як головного гравця на міжнародній арені, дослідницький інтерес до країни також значно зріс [50].

Зокрема, згідно зі статистикою, світовий пошуковий інтерес до України у 20 разів вищий, ніж у 2012 році. У цей період Україна приймала спортивний захід Євро-2012, який привернув мільйони людей з усього світу. Це свідчить про те, що Україна стала привабливим туристичним напрямком та місцем проведення важливих подій.

Інтерес до України також значно зріс після подій 2014 року, коли Росія вторглася в Україну і захопила Кримський півострів і частини районів Донецької та Луганської областей. Пошуковий інтерес до України зріс у сім разів порівняно з 2014 роком, оскільки світ активно обговорює та шукає інформацію про війну та його наслідки.

Цей зростаючий інтерес свідчить про те, що Україна посідає важливе місце на світовій арені, її геополітичне значення та роль у міжнародних подіях є визнаними. Україна привертає увагу всього світу як політичний, економічний та культурний центр.

Україна має багату культурну спадщину, привабливі природні ландшафти та потенціал для розвитку туризму. Інтерес до країни сприяє підвищенню її міжнародного авторитету, робить її привабливою для іноземних інвесторів та розвиває взаємовигідні відносини з іншими країнами [49].

Загалом, зростання інтересу до України в пошуковій видачі свідчить про позитивний розвиток країни як активного члена міжнародної спільноти та підтверджує її важливу позицію на міжнародній арені.

Після сильного сплеску інтересу, який спостерігався в Інтернеті, ситуація наразі стабілізувалася і залишається на помірному рівні. Однак варто зазначити, що інтерес до інформації про Україну зростає в ключові моменти, особливо під час військових подій.

Слова "свобода" і "голод" були тісно пов'язані зі словом "Україна" протягом усього року. Це відображає важливі історичні та соціальні події, що вплинули на країну та її народ. Свобода була важливим аспектом українського національного руху та символом боротьби за незалежність. Зокрема "Голодомор" 1932-1933 років, був пам'ятним і трагічним періодом в українській історії, коли мільйони людей страждали і втратили життя.

Ці асоціації важливі для розуміння України та її народу. Вони відображають розмаїття української історії, культури та сучасного життя. Інтерес до цих понять свідчить про важливість України в міжнародному співтоваристві та бажання зрозуміти і розділити шлях до свободи і процвітання.

Завдяки доступу до інформації через Інтернет люди можуть дізнатися більше про Україну, її культуру, історію та сучасні події. Як наслідок, вони краще розуміють і співпереживають українському народу та з більшою готовністю підтримують його прагнення та ідеї [50].

Хоча загальний інтерес до України в Інтернеті коливається, сильний зв'язок між словами "свобода" і "голод" та словом "Україна" свідчить про важливість країни і важливість розуміння її історії та сучасної ситуації.

Згідно з результатами дослідження, двома найчастіше вживаними прикметниками для опису України у 2022 році були "країна героїв" та "країна демократії". На ці два прикметники припадає майже половина всіх висловлювань про репутацію України у ЗМІ.

Варто також зазначити, що "Україна є членом сім'ї європейських країн" була третьою найпоширенішою характеристикою українців у ЗМІ з часткою 17%. Це свідчить про важливість присутності України в Європі та її відносин з іншими європейськими країнами.

Ці дані свідчать про те, що героїчний і демократичний характер держави та її членство в Європейському співтоваристві є важливими складовими іміджу України

в ЗМІ. Це свідчить про позитивну репутацію та привабливість України як країни, що характеризується героїзмом, демократією та європейськими цінностями. [50]

3.3 Рекомендації щодо поліпшення іміджу України

(Анкета соціологічного опитування)

Програма соціологічного дослідження

Об'єктом даного дослідження є населення України.

Предмет – аналіз та вивчення того, як Україна представлена та сприймається у світових ЗМІ, соціальних мережах, туризмі та інших каналах комунікації. Дослідження включає оцінку впливу різних факторів, зокрема медіа, політичних подій, інновацій, культурних змін, спортивних та наукових досягнень, на міжнародне сприйняття та ставлення до України.

Метою дослідження: оцінка та аналіз сприйняття України як держави, її національного іміджу та іміджу в міжнародному інформаційному просторі. Основним завданням дослідження є визначення того, як Україну сприймають іноземні партнери, ЗМІ, широка громадськість та інші зацікавлені сторони.

Дослідження може включати аналіз діяльності органів державної влади та зовнішньоекономічних зв'язків, світових інформаційних агентств, соціальних мереж, туристичного потенціалу та інших факторів, що впливають на сприйняття України за її межами.

Результати дослідження можуть бути використані для розробки стратегій зміцнення позитивного іміджу України, визначення сильних та слабких сторін України, а також розробки ефективних комунікаційних стратегій для підвищення впізнаваності країни у світі.

Завдання:

1. Здійснити соціологічну інтерпретацію іміджу України у світовому просторі
2. Проаналізувати ефективність поширення позитивних іміджів у світі.

Анкета

Шановний інтерв'юер! Запрошуємо взяти участь в опитуванні. Метою даного опитування, є, проведення дослідження на тему "Іміджу України у світовому інформаційному просторі".

1. Вкажіть, будь ласка, Вашу стать:

1. Жінка
2. Чоловік

2. Вкажіть, будь ласка, Ваш вік: _____

3. Вкажіть, будь ласка, Ваш регіон проживання:

1. Центр
2. Захід
3. Схід
4. Південь
5. м. Київ та Київська область

4. Чи вважаєте ви, що українці впливають на світове суспільство?

1. Так
2. Ні

5. Як би ви оцінили на сьогодні загальний імідж України у світі?

1. Позитивний
2. Варіативний
3. Негативний

6. Які основні фактори, впливають на імідж України?

1. Міжнародні відносини
2. Світові події
3. Історична спадщина
4. Засоби масової інформації
5. Подорожі іноземців до України

7. Які привабливі аспекти ви бачите в іміджі України?

1. Науковий та інноваційний потенціал
2. Гостинність Українців
3. Вступ до євроатлантичних альянсів
4. Боротьба з корупцією та судова реформа
5. Туристичний потенціал країни
6. Активність української діаспори

8. Які ви помічаєте негативні аспекти в іміджі України?

1. Корупція в середині держави
2. Еміграція молодих фахівців
3. Негативна реформаторська діяльність

9. На вашу думку яка, найважливіша подія найбільше вплинула на світовий імідж України за останні роки?

1. Набуття країни статусу кандидата ЄС
2. Вручення українській представниці «Нобелівська премія миру»
3. Запуск програми «Дія»
4. Проведення реформ для здобуття членства країни в ЄС
5. Вторгнення Росії на територію України
6. Представлення української культури на міжнародній арені

10. Чи знайомі ви з певними заходами для покращення іміджу України у світовому інформаційному просторі?

1. Так
2. Ні

11. Які іноземні джерела інформації Ви читаєте, щоб ознайомитися з подіями в Україні?

1. Міжнародні інформаційні агентства (Associated Press, Reuters, Bloomberg та ін.)
2. Регіональні новинні джерела
3. Соціальні мережі (Twitter, Instagram, Telegram та ін.)

4. Веб-ресурси іноземних державних органів влади

5. Інші агентства _____

12. Які, на вашу думку, головні теми про Україну пишуть в закордонних виданнях? (Можна вибрати кілька варіантів)

1. Політична ситуація
2. Війна території України
3. Переміщення українських біженців
3. Реформаторський та економічний розвиток
4. Українська культура в період війни
5. Інше _____

13. Як Ви оцінюєте ситуацію в дипломатичних відносинах України з країнами та міжнародними організаціями після 24 лютого 2022 року?

1. Відносини України вийшли на якісно новий партнерський рівень.
2. Зв'язки України з країнами та міжнародними організаціями напружені.

14. Як Ви вважаєте Україна має достатній вплив у міжнародному суспільстві?

1. так, має вплив на міжнародну спільноту
2. ні, не має впливу на міжнародну спільноту

15. Чи згодні Ви що українські інституції роблять достатньо для поліпшення іміджу країни в міжнародному просторі?

1. Так, вони активно займається цією темою
2. Ні, вони не достатньо поліпшують імідж
3. Не впевнений(а)

16. Оберіть із запропонованих (два) твердження, з якими Ви згодні:

Країна активно співпрацює зі світовими організаціями, щоб підвищити рівень визнання та довіри до України.	
Україна має велику історичний спадщину, що включає в себе традиції, історичні пам'ятки та мистецтво. Це допомагає сприяти позитивному сприйняттю країни у світовій культурі.	

Україна представлена у світових ЗМІ, як країна з великим інвестиційним та діловим потенціалом.	
Імідж України за останні роки став більш позитивним, завдяки активній міжнародній діяльності країни.	
Широкомасштабне вторгнення Росії на територію України, привернуло значну увагу світових ЗМІ. Міжнародні ЗМІ сформували певний образ України як країни, що бореться за демократичні цінності, права і незалежність своєї країни.	

Дякуємо, що погодилися взяти участь у нашому опитуванні. Ми цінуємо вашу думку.

ВИСНОВОК ДО ТРЕТЬОГО РОЗДІЛУ

Нові норми та стереотипи призвели до позитивного сприйняття країни в українському суспільстві, що сприяло покращенню іміджу країни. Ці позитивні стереотипи спрощують доступ багатьох українців до нової інформації, що сприяє для формування нового світогляду та адаптації до змін у соціальній, політичній та культурній сферах. Нова реальність сприймається суспільством і, сприяє змінам для модернізації суспільства та свідомості.

Для трансформації іміджу України потрібні відповідальна політика та сучасна наука. Важливо знайти ефективні шляхи підвищення обізнаності громадськості та підвищення привабливого іміджу України, і за це має відповідати наука. Наукова методологія як основа для досліджень і практичної трансформації суспільства має сприяти розробці нових концепцій повної модернізації суспільного життя з урахуванням останніх політичних, економічних і культурних змін у Європі.

Таким чином, Україна має певні переваги над іншими країнами. Однак розуміння соціокультурних особливостей також є викликом для українського суспільства. Нові політичні, економічні та культурні явища з'являються в результаті трансформаційних процесів та розвитку нових інформаційних систем. Для того, щоб прийняти ці зміни, необхідно модернізувати суспільну свідомість та адаптувати її до нових реалій.

ВИСНОВКИ

Реалізація вказаної мети роботи передбачала вирішення наступних дослідницьких завдань:

1. Розглянути підходи до вивчення формування іміджу в інформаційному просторі.

У даному дослідженні розглянуті різні підходи до вивчення формування іміджу в інформаційному просторі.

Виявлено, що формування іміджу в інформаційному просторі є складним процесом, який залежить від багатьох факторів. Один із підходів полягає у вивченні способів використання медіа-інструментів та платформ для побудови та поширення іміджу. Це включає аналіз використання соціальних мереж, інтернет-форумів, новинних сайтів та інших джерел інформації.

Виявлено, що вивчення ефективності комунікаційних стратегій та інструментів впливу на формування іміджу є ще одним підходом. Це може включати аналіз рекламних кампаній, публічних виступів, спілкування зі споживачами та інших комунікаційних заходів.

Виявлено, що соціально-психологічні аспекти впливу на формування іміджу також мають значення. Дослідження в сфері психології споживача та сприйняття інформації можуть допомогти встановити зв'язок між сприйняттям іміджу та його формуванням.

В дослідженні проаналізовано різноманітні фактори та підходи для отримання повного розуміння процесу формування іміджу в інформаційному просторі.

2. Описати сучасні тенденції розвитку репутації у глобальному медіа просторі.

У дослідженні проаналізовано сучасний стан формування репутації в глобальних медіа. У світі інформаційних технологій, що стрімко розвивається, національна репутація набуває вирішального значення для міжнародних відносин.

Однією з основних тенденцій є зростаючий вплив соціальних медіа на національну репутацію. Це збільшує ризик виникнення кризових ситуацій у державах через швидке та широке поширення негативних новин. Тому державам необхідно ефективно управляти кризами і бути готовими швидко реагувати на громадську думку.

Світові ЗМІ показали, що уряди все частіше вимагають прозорості та відкритості. Доступ до інформації, розкриття даних та відкрита комунікація з громадськістю мають важливе значення для формування сприятливої громадської думки. Держави повинні активно взаємодіяти з журналістами та громадськістю, щоб забезпечити неупереджене висвітлення своїх проблем.

Загалом, побудова репутації держави у світових медіа вимагає активної інформаційної політики, використання сучасних інструментів комунікації та швидкого реагування на зміни в медіа-середовищі. Також важливо дотримуватися етичних принципів при взаємодії зі ЗМІ та громадськістю, підтримуючи довіру та сприяючи формуванню позитивної національної репутації.

3. Охарактеризувати ефективність та вплив сприйняття держави в зовнішньополітичному співтоваристві.

Ефективність та впливовість сприйняття держави у зовнішньополітичній спільноті є важливим фактором у визначенні статусу та впливу держави на міжнародній арені. Сприйняття держави визначається різними факторами, такими як геополітичне положення та зовнішня політика, економіка. Ці фактори взаємодіють один з одним, впливаючи на сприйняття держави у зовнішньополітичній спільноті.

Державна ефективність у зовнішній політиці визначається її здатністю досягати своїх цілей та інтересів на міжнародній арені. Це і укладання угод, і

налагодження торговельних відносин, і політична стабільність, і вплив на міжнародні механізми прийняття рішень. Держави з сильною економікою, політичною стабільністю та високим технологічним розвитком, як правило, мають більший вплив у світі та є більш ефективними у досягненні своїх цілей.

Сприйняття держави у міжнародній політичній спільноті відіграє важливу роль у формуванні її статусу та впливу. Якщо державу сприймають як надійного партнера, який співпрацює та виконує свої зобов'язання, вона може мати більше можливостей для розширення відносин та отримання підтримки з боку інших держав. З іншого боку, негативний імідж, пов'язаний зі злочинністю, корупцією або агресивною зовнішньою політикою, може обмежити можливості на міжнародній арені та призвести до ізоляції.

Зовнішня політика, дипломатичні зусилля та комунікація держави відіграють важливу роль у формуванні сприйняття та результативності. Дипломатія, така як переговори, угоди та міжнародна співпраця, може створити підтримку для держави та вплинути на її сприйняття. Крім того, позитивна комунікація та публічна дипломатія можуть сприяти формуванню сприятливого сприйняття та підвищенню ефективності держави у зовнішньополітичному співтоваристві.

Загалом, ефективність і сприйняття держави у зовнішній політичній спільноті взаємопов'язані. Позитивне сприйняття допомагає підвищити ефективність, а ефективність допомагає підтримувати позитивне сприйняття. Щоб покращити своє сприйняття та ефективність у зовнішньополітичному співтоваристві, держави повинні прагнути вдосконалювати свої демократичні інститути, економіку, культурні зв'язки та дипломатичні зусилля. Таким чином, вони можуть забезпечити місце своєї країни у світових справах і зберегти свою роль у світі.

4. Проаналізувати імідж України в інформаційному середовищі.

2022 рік був важливим для України, адже він ознаменував значні зміни в її іміджі та сприйнятті у світі. Протягом року країна мала безпрецедентний успіх у впливових медіа, які поширюють новини по всьому світу. Цей успіх був досягнутий

завдяки глибокому аналізу та витонченій комунікаційній стратегії, спрямованій на зміцнення репутації країни.

Найважливіший чинник позитивних змін в іміджі України є її активна участь у світових справах та міжнародних ініціативах. Зокрема, війна на території України, зі сторони Росії отримало широке висвітлення в міжнародних ЗМІ, демонструючи дипломатичні зусилля та стратегічне мислення України.

Україна зосередилася на поширенні точних та об'єктивних інформаційних повідомлень, щоб зруйнувати стереотипи та донести правдивий образ країни. Як результат, це призвело до кращого розуміння та підтримки з боку міжнародної спільноти та покращення відносин з іншими країнами.

Загалом, 2022 рік був важливим роком для України з точки зору її іміджу та сприйняття у світі. Зусилля уряду та організацій громадянського суспільства відіграли велику роль у зміцненні позицій країни. Іноземні інформаційні агенції дедалі частіше звертають увагу на Україну та розповідають про її досягнення, потенціал і роль у міжнародному співтоваристві. Це відкриває нові можливості для розвитку України та підтримки глобальних ініціатив.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Дубас О.П. Інформаційний розвиток сучасної України у світовому контексті. Київ : Генеза, 2018. с. 207.
2. Копійка М. (2018). Особливості формування іміджу України в міжнародному інформаційному просторі. Гілея: історичні науки, філософські науки, політичні науки, Випуск 124 (№9), с. 266–269.
3. Короткова О.В. Міжнародний імідж України як інструмент забезпечення національних інтересів держави / О.В. Короткова. 2018 — с. 262—269.
4. Осмолівська А.О. Чинники формування образу країни на міжнародній арені. Політичне життя. 2018. № 2. с. 80–85
5. Осмолівська А.О. Особливості формування іміджу України в інформаційному дискурсі зарубіжних держав. Соціологічні дискурси: Матеріали IV Всеукраїнської наукової конференції молодих учених (м. Дніпро, 4 грудня 2020 року). Дніпро, 2020. с. 69–71.
6. Савон К. В. Міжнародний імідж України: сучасний стан та перспективи розвитку / К. В. Савон // Актуальні проблеми політики : зб. наук. пр. / редкол.: Л. І. Кормич (голов. ред.), І. М. Милосердна (відп. ред.) [та ін.] ; НУ «ОЮА», Південноукр. центр гендер. проблем. – Одеса : Фенікс, 2019. – Вип. 64. – с. 180-193.
7. Гладишевська О.В. (2018). Інформаційна безпека держави: формування позитивного зовнішнього іміджу. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету, 30, с. 56-59.
8. Баранець І., Крюк І. та Щербина І. (2019). Імідж України у світовій інформаційній просторі: проблеми та перспективи. Інформаційне суспільство, 2(12), с. 72-81.
9. Чепуренко Ю.В. та Трофименко Н.М. (2020). Конструювання іміджу України в інформаційному просторі. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія: Журналістика, 2(79), с. 80-85.

10. Шевченко Л.О. (2020). Медіа-імідж України у світовому інформаційному просторі: сучасні виклики та стратегії формування. Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія: Журналістика, 29(1), с. 103-111.
11. Жеребцов Ю. (2018). Формування медіа-іміджу України в контексті культурного простору Європи. Збірник наукових праць Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія: Журналістика, 1(29), с. 64-71.
12. Хорольська А. (2020). Роль соціальних медіа в формуванні іміджу України. Збірник наукових праць Херсонського державного університету. Серія: Журналістика, 7, с. 51-56.
13. Шевченко Л.О. (2018). Міжнародний імідж України: механізми формування та інструменти. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія: Міжнародні відносини, 137, с. 30-34.
14. Бережна І.В. (2019). Імідж України: механізми формування та просування. Журналіст, 10(2), с. 73-80.
15. Іванова Н.О. (2018). Механізми формування іміджу України у світовому інформаційному просторі. Молодий вчений, 6(54), с. 382-386.
16. Максимова О.В. (2019). Механізми формування іміджу України в світовому інформаційному просторі. Наукові записки Інституту журналістики, 69, с. 62-68.
17. Поліщук В.І. (2018). Механізми формування іміджу України у світовому інформаційному просторі. Наукові записки Національного університету "Острозька академія". Серія: Журналістика, 13, с. 120-125.
18. Шевченко О.М. (2020). Механізми формування іміджу України у світовому інформаційному просторі. Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії, 84(2), с. 200-206.

19. Коваленко О.В. (2021). Механізми формування іміджу України у світовому інформаційному просторі. Соціально-економічні проблеми і держава, 23(1), с. 92-97.
20. Чорна І. В. (2018). Формування іміджу України в інформаційному просторі Європейського Союзу. Наукові записки Національного університету "Острозька академія". Серія "Журналістика", 70, с. 133-138.
21. Мартинюк М. А. та Яременко В. М. (2018). Україна в інформаційному просторі світу: формування позитивного іміджу. Часопис соціально-економічної географії, (28), с. 123-129.
22. Шамшур І. В., Барановська Л. П. (2019). Механізми формування іміджу України як туристичної країни. Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія: Географічні науки, (285), с. 105-112.
23. Качмар Л. В. (2018). Імідж України у світі: проблеми формування та сталого розвитку. Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Серія: Економічні науки, (3), с. 155-160.
24. Осмолівська Н. М. (2019). Механізми формування іміджу України в Європейському союзі. Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія: Політологічні науки, (311), с. 160-167.
25. Руденко Т. В. (2018). Механізми формування іміджу України в міжнародних відносинах. Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Серія: Політичні науки, (86), с. 88-93.
26. Сухомлин М. М. (2019). Імідж України як чинник європейської інтеграції. Наукові записки Національного університету "Острозька академія". Серія: Філологічна, (70), с. 126-130.

27. Костюк І. (2019). Формування позитивного іміджу України в інформаційному просторі. Україна: аспекти праці, 1, с. 65-70.
28. Рудич Т. (2020). Міжнародна комунікація України: основні проблеми і напрями формування іміджу. Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії, 81(1), с. 95-102.
29. Ковальова І. (2019). Репутація держави: підходи до визначення та формування. Бібліотечний вісник, 2(25), с. 82-89.
30. Колісник І. (2021). Міжнародне комунікативне просторове моделювання державної репутації: методологічний аспект. Вісник Луганського державного університету внутрішніх справ імені Е.О. Дідоренка, 1(1), с. 15-26.
31. Мартиненко В. (2018). Механізми формування іміджу України в інформаційному просторі США. Соціологічні дослідження. № 2. с. 47-55.
32. Лобода Т. (2019). Імідж України у світовому інформаційному просторі. Соціальна психологія. № 2(67). с. 22-27.
33. Божко Ю. (2020). Формування іміджу України в інформаційному просторі Європейського Союзу. Економічний простір, № 160. с. 7-12.
34. Морозова І. (2018). Україна в інформаційному просторі сучасного світу: політичний вимір. Український інформаційний простір, 3(4), с. 9-14.
35. Матола А. (2019). Формування іміджу України в контексті геополітичних викликів. Вісник Черкаського університету. Серія: Політологія, 408, с. 90-95.
36. Карпенко О. (2018). Імідж України у світовому інформаційному просторі: теоретичний аспект. Глобальні та національні проблеми економіки, с. 239-244.
37. Солодуха О. (2020). Імідж України у світовому інформаційному просторі: сучасний стан та перспективи розвитку. Проблеми політичної психології, 18, с. 332-343.

38. Задорожний А. (2019). Імідж України у світовому інформаційному просторі: вплив факторів та напрями змін. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Міжнародні відносини, 82, с. 34-40.
39. Собко І. (2018). Український імідж: постколоніальний погляд. Український інформаційний простір, 1(3), с. 65-72.
40. Петров В. (2019). Імідж України у світовому інформаційному просторі: транснаціональний підхід. Український інформаційний простір, 4(7), с. 31-37.
41. Литвиненко В. (2021). Міжнародна інформаційна діяльність України: формування позитивного іміджу. Вісник Національної академії державного управління при Президентові України, 3, с. 82-89.
42. Чалий В. Міжнародний імідж України: оцінки експертів / В. Чалий // Національна безпека і оборона. – № 3. – с. 17–26.
43. Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія: Журналістика, 898, с. 56-61.
44. Ткаченко Н.М. (2018). Генезис уявлень про імідж в історії людства. Інноваційна педагогіка, 5, 133–137. Вилучено з: http://nbuv.gov.ua/UJRN/innped_2018_5_32.
45. Малишевська І. В. Імідж України у світовому інформаційному просторі // Вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Серія "Філологічні науки". - 2018. - Випуск 2(344). - с. 61-65. <http://journals.uran.ua/eeuu/article/view/138954>
46. Поліщук С. В. Механізми формування іміджу України в міжнародних ЗМІ // Міжнародні зв'язки та зовнішня політика. - 2018. - Випуск 7(1). - с. 56-63. <https://www.dridu.dp.ua/files/12181/13462/1-28.pdf>
47. Кравченко О. А. Механізми формування іміджу України у світовому інформаційному просторі [Електронний ресурс] / О. А. Кравченко // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2018. – № 18. – с. 222–225. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gnpe_2018_18_49.

48. Євтушенко В. (2018). Імідж України: проблеми формування та зміцнення [Електронний ресурс]. Доступно на: http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/20588/1/Evtushenko_IMIDZ_UKRAINI_2018.pdf
49. Глобальний індекс довіри до України 2022 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://globalindex.com>
50. Звіт про сприйняття України у світі 2022 "BRAND UKRAINE" [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://brandukraine.org.ua>