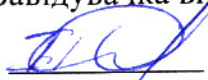


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
КАФЕДРА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН, ІНФОРМАЦІЇ ТА
РЕГІОНАЛЬНИХ СТУДІЙ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувачка випускової кафедри

Ніна РЖЕВСЬКА
« 20 » 12 2023 р.

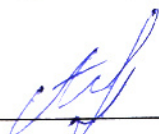
КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
ВИПУСКНИКА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ МАГІСТРА
СПЕЦІАЛЬНОСТІ 291 «МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ,
СУСПІЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ ТА РЕГІОНАЛЬНІ СТУДІЇ»
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ
«МІЖНАРОДНА ІНФОРМАЦІЯ»

**Тема: «КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ФОРМУВАННІ ІМІДЖУ
ДЕРЖАВИ (НА ПРИКЛАДІ УКРАЇНИ)»**

Виконавець: здобувачка вищої освіти 2 курсу, 208 МІ групи, Корчинська Вікторія
Миколаївна

Керівник: доцент кафедри міжнародних відносин, інформації та регіональних
студій, кандидат політичних наук Мороз Андрій Сергійович

Нормоконтролер



(підпис)

Андрій МОРОЗ

КИЇВ 2023

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИ-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІМІДЖУ ДЕРЖАВИ: КОМУНІКАЦІЙНИЙ АСПЕКТ.....	6
1.1 Імідж держави як об'єкт наукових досліджень.....	6
1.2 Значення комунікаційних технологій у сфері міжнародних відносин.....	10
1.3 Комунікаційне середовище формування іміджу держави в міжнародному просторі.....	17
РОЗДІЛ II. КОМУНІКАЦІЙНІ ІНСТРУМЕНТИ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ДЕРЖАВИ.....	23
2.1 Формування іміджу держави за допомогою соціальних комунікацій.....	23
2.2 Інструменти публічної дипломатії та їх впливу на формування іміджу держави...31	
2.3 Роль засобів масової комунікації в регулюванні інформаційного простору держави.....	38
РОЗДІЛ III. ВПЛИВ КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ УКРАЇНИ.....	45
3.1 Аналіз міжнародного іміджу України в сучасних умовах.....	45
3.2 Оцінка ефективності комунікаційних стратегій України.....	50
3.3 Стратегії вдосконалення іміджу України за допомогою комунікаційних технологій.....	54
ВИСНОВКИ.....	58
СПИСКИ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	60

ВСТУП

Актуальність. У сучасному світі, де інформація швидко поширюється, роль комунікаційних технологій у створенні позитивного іміджу держави є дуже важливою. Актуальність дослідження полягає в тому, щоб з'ясувати, який вплив здійснюють сучасні засоби масової інформації на утворення іміджу держави. Імідж держави є важливою складовою для успішного позиціонування на міжнародній арені, який впливає не лише на міжнародні відносини з державами, а також показує сильні сторони держави. Особливо формування позитивного іміджу є важливим інструментом для держав, які прагнуть змінити своє місце на світовій арені.

Створення позитивного іміджу держави завдяки комунікаційним технологіям допоможе покращити уявлення про державу в міжнародному інформаційному просторі. Сучасні засоби масової комунікації дають можливість державам підтримувати зв'язок зі світом, поширювати досягнення та показувати сильні сторони держави на світовій арені. Інформаційні технології у сучасному світі набувають все більш важливого значення та допомагають світовій спільноті бути більш відкритими та взаємопов'язаними між собою. Утворення комунікаційних стратегій є завданням органів державної влади задля покращення місця держави в міжнародному просторі.

Україна, як будь яка інша держава намагається активно використовувати комунікаційні технології задля того, щоб поширювати більше позитивної інформації та протидіяти дезінформації. Імідж України необхідно постійно покращувати за допомогою комунікаційним стратегіям, адже події, які відбуваються в сучасній Україні значною мірою впливають на утворення іміджу. Україна перебуваючи в центрі уваги в міжнародному інформаційному просторі потребує постійного моніторингу інформації та використання сучасних засобів комунікації. Застосування соціальних мереж, різних медіа платформ, онлайн зустрічей, дає можливість утворити позитивних образ в світі. Добре сформована інформаційна політика створення іміджу України дасть можливість покращити економічні та політичні сфери та зміцнювати уявлення про державу.

Комунікаційні стратегії є надзвичайно важливі для України для забезпечення подальшої підтримки від партнерів, а також протидії російській пропаганді. Для успішного впливу на світову думку та утворення образу держави важливо застосовувати всі доступні інструменти комунікації та підтримувати зв'язок міжнародними партнерами.

Завдяки дослідженню можна з'ясувати, як покращити та змінити комунікаційні стратегії для просування іміджу України та зміцнити позицію, як сильної та могутньої держави. Сучасний світ потребує не лише активного застосування комунікаційних технологій, але й зрозуміти, який вплив вони здійснюють на імідж держави та її сприйняття іншими державами.

У сучасному світі взаємозв'язок з суспільством через комунікаційні технології є важливим для кожної держави. Із збільшенням застосування комунікаційних технологій з'явилися нові виклики, а саме боротьба з поширенням неправдивої інформації, забезпечення захисту приватної інформації, вдале створення стратегій для успішного просування іміджу є актуальним для сучасної держави. Комунікаційні технології здійснюють вплив на всі сфери життя держави, а саме міжнародні відносини, освіту, політику, успішність на міжнародному рівні та взаємозв'язок з суспільством.

Вдале застосування комунікаційних технологій дає можливість Україні продемонструвати свій образ для світової аудиторії, утворити кращі відносини з іншими державами та обмінюватися інформацією для уникнення фейкової інформації. У сучасному світі завдяки вдалому використанні комунікаційних технологій, Україна має можливість продемонструвати себе, як відкриту та гідну для того, щоб привертати увагу міжнародного співтовариства.

Метою роботи є вивчення впливу комунікаційних технологій на формування іміджу держави

Для досягнення мети варто здійснити наступні **завдання**:

- визначити поняття комунікаційні технології та імідж держави;
- проаналізувати сучасні комунікаційні технології, які формують імідж держави;

- вивчити основні принципи формування сучасного іміджу України;
- дослідити комунікаційні стратегії України за допомогою SWOT-аналізу;
- окреслити стратегії для підвищення ефективності використання комунікаційних технологій у формуванні іміджу України.

Об'єктом дослідження є процес створення іміджу держави завдяки засобам масової комунікації

Предметом дослідження виступають особливості формування іміджу за допомогою комунікаційних технологій

Характеристика джерельної бази роботи та стану дослідженості проблеми. Дослідження іміджу держави представлено роботах зарубіжних дослідників, таких як Єремєєва І.А [13], Ф.Буарі[17], Р. Джервіса[31], Н. Еліаса[37], М. Маклюєна[42]. Також дослідження іміджу держави на міжнародній арені описується вітчизняними науковцями Чернишова Л. О[28], О. Науменко[35], О. Ялова[24], М. Головатого[40]. В Україні сучасні напрями дослідження впливу комунікаційних технологій на утворення іміджу досліджували Кулеба О.В.[7], Руднева В[27] , Вербицька Г[46] , Хітрень Н[18]. Огляд літератури дає можливість зазначити, що дослідження у цьому напрямку зосереджується на важливості використання комунікаційних стратегій для покращення іміджу держави. Автори акцентують увагу на необхідності формування позитивного образу держави за допомогою різних факторів таких, як культурна спадщина, економічний розвиток та міжнародні відносини

Хронологічні та географічні межі дослідження охоплюють період 2003-2023 роки

Методи дослідження. Для вирішення окреслених завдань та досягнення мети в роботі були застосовані такі методи, як Swot-аналіз, порівняльний метод.

Структура роботи обумовлена обраною темою, і складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел

РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИ-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІМІДЖУ ДЕРЖАВИ: КОМУНІКАЦІЙНИЙ АСПЕКТ

1.1 Імідж держави як об'єкт наукових досліджень

У сучасних умовах розвитку держави, дуже важливе значення відіграє створення позитивного образу держави в світі.. Адже від цього залежить здатність держави вирішувати складні ситуації, збільшення можливостей задля економічного розвитку, співробітництва в різних сферах тощо.

Сучасні особливості створення іміджу держави на світовій арені та роль комунікаційних технологій у формуванні іміджу вивчається великою кількістю наукових шкіл, теорій та різних підходів тощо. Вони представлені у роботах зарубіжних дослідників, таких як Ф Буарі, А.Сентера, Р. Джервіса, С. Блека, Н. Еліаса, М. Маклюена. Особливості формування іміджу держави на світовій арені також є в вітчизняних науковців Н. Лікарчук, О. Науменко, О. Ялова, С. Телешуна, М. Головатого. Також формуванню різних типів іміджу надають увагу науковці Г. Лавриненко, О. Онопрієнко, Л. Губерський, В. Кармазін, В. Корнієнко, В. Антемюк та інші. Проте поняття іміджу змінюється в світі постійно, адже з'являються нові підходи до створення стратегій формування іміджу держави.

Сьогодні в науці існує дуже багато різних підходів до розуміння поняття іміджу. Для того щоб краще зрозуміти досліджувану тему, варто пояснити основні поняття, такі як імідж держави, образ держави та комунікаційні технології.

За З. Фройдом імідж держави - це певне уявлення про країну, її історію, економіку, культуру, політику та інше. Образ держави в світі може бути сформований по-різному, як негативний так і позитивний. Все залежить від того настільки держава готова працювати над стратегією розвитку іміджу та просувати його в світі. Лише активна праця над формуванням позитивного образу може здійснювати вплив на здобуття національних цілей. На сьогоднішній час, якщо держава не є відкрита в інформаційній сфері і не транслює достовірну інформацію для своїх громадян та

громадян інших держав, то це негативно впливає на її образ, як в світі, так і в середині держави. [1,с.5]

Успішний імідж держави на світовій арені може бути лише тоді, коли такі фактори, як зацікавленість країною, соціально-психологічний стан та бажання громадян жити в цій країні будуть на високому рівні. Одним з головних чинників, який впливає на формування іміджу держави є представники політики, які створюють стратегії та реформи, які приносять користь державі. Дуже важливо якісно та чітко сформулювати стратегію, адже держава, яка не може належним чином це зробити, погіршує своє становище в світі.

Існують різні стратегії та підходи до створення державного іміджу. Вони можуть змінюватися та покращуватися залежно від поставлених завдань, цілей та конкретних умов держави. Виділяють декілька різних підходів до державного іміджу: [2,с.4]

Геополітичний підхід. Цей підхід базується на аналізі географічного простору, що направлений на вплив на свідомість громадян. Державі слід активно використовувати своє розташування, як перевагу. Наприклад країни, які розташовані на перехресті торгових шляхів, мають зосереджувати свою роль у забезпеченні торгівельних відносин. Геополітичний образ держави, як частина міжнародного іміджу, має містити в собі цілеспрямовані уявлення про географічний простір країни, що означає поширення яскравих образів та характеристики про державу, що добре запам'ятовується в світі. [2, с.9]

Маркетинговий підхід. Цей підхід передбачає використання стратегій та різних методів для просування іміджу держави. Створення міжнародного іміджу держави визначається, як постійний моніторинг результатів стратегії та пошук кращих шляхів просування іміджу, поширювання інформації про пам'ятки культури для цільової аудиторії, таким чином, щоб вона підтримувала успішний імідж держави. Головною метою цього підходу є економічний розвиток держави, але також варто врахувати те, що політичний потенціал також важливий. Адже соціально – економічні аспекти поєднані з покращенням місця держави на світовій арені та збільшення ефективності

впливу на ухвалення рішень міжнародною спільнотою. Маркетинговий підхід допомагає державам впливати на свій імідж та покращувати місце держави в світі.

Брендинговий підхід. Цей підхід спрямований на утворення унікального «бренду держави», яка буде відображати її ідентичність, цінності, досягнення тощо.

Брендинговий підхід включає розробку спеціальних стратегій, які мають базуватися на завданнях, цілях та місіях, які необхідно реалізувати. Виділяють наступні складові цього підходу: [2, с.4]

- офіційна символіка держави (гімн, прапор, герб);
- неофіційні символи, а саме міфи найпопулярніші тварини або рослини тощо;
- історія держави, лідерів або найвідоміший брендів та лідерів держави.

Бренд - це не лише логотип або символ, він являє собою систему цінностей, переваг та обов'язків, які пов'язані з державою. Брендінг держави полягає у формуванні певного впізнаваного образу країни серед інших держав. Він є невід'ємною частиною сучасних міжнародних відносин, адже насамперед він дає можливість державам позиціонувати себе, як сильну та привабливу державу для інвестицій та підвищує престиж держави на світовій арені. Тому цей підхід є дуже важливим для кожної держави та відкриває нові можливості для країн. [3, с.4]

Існує розмежування щодо поняття образ та імідж держави. На думку А.В. Петровського та М.Г. Ярошевського «образ» це спонтанне уявлення про державу, яке утворюється в суспільстві, а «імідж» формується вже на основі образу, але який є не тотожним йому. Імідж постійно змінюється та створюються спеціальні стратегії просування іміджу в світі. Також важливо вивчити поняття «брендінг держави», адже це процес утворення та керування іміджем держави на світовій арені, задля привертання уваги та формування позитивного враження про неї. Бренд держави це можливість утворити унікальну ідентичність для держави, а також з'ясувати, як державу сприймають в світі. [3, с.4]

Міжнародний імідж можна описати за деякими ознаками:

Політична стабільність: держави, які додержуються демократичних переконань та гарантують політичну стабільність, дуже часто утворюють позитивне уявлення в світі. Адже це є важливо для співпраці з іншими державами.

Зовнішня політика: це є дуже важливий аспект для формування думки про державу, адже активна та мирна співпраця, хороші відносини з державами партнерами, здійснюють покращення іміджу. Водночас конфлікти та зовнішня політика в агресії, можуть погіршити уявлення про державу, а це погіршує становище держави, як сильної та могутньої. Імідж є відображенням країни, що повністю характеризує її на міжнародному рівні. [3,с.5]

Економічний розвиток: якщо держава має досить високий рівень економічного розвитку, то зазвичай вона позиціонує себе, як країна, яка має хороший імідж та цим привертає увагу інвестиції та людей з усього світу. Також формування уявлення про образ держави повинно бути створене завдяки певній стратегії.

Гуманітарна допомога та співробітництво з іншими державами: важливо приймати участь у вирішенні міжнародних проблем, наданні гуманітарної допомоги та співробітництво у сферах освіти та науки. Адже це все здійснює також вплив на образ держави. [4, с.7]

Культурний вплив: досягнення в сферах кіно, музики та в різних видах мистецтва також мають певний вплив та покращують імідж держави.

Комунікаційні технології – це методи та засоби, які дають можливість спілкуватися, поширювати інформацію між різними групами, системами та населенням. Комунікаційні технології відіграють дуже важливу роль у формуванні образу держави в світі, адже завдяки цим технологіям можна поширювати досягнення держави в усіх сферах та показувати себе з кращого боку. Комунікація завжди залишається важливою складовою для успішності кожної держави. Комунікаційні технології набагато полегшують спілкування між державами. Адже дипломати мають змогу обмінюватися інформацією набагато швидше та ефективніше через соціальні мережі чи по відеозв'язку. Також завдяки медіа, держави мають можливість швидко та якісно поширювати новини та різну інформацію про те, що відбувається в державі. Завдяки цьому громадяни країни швидко інформуються про все що стосується держави. Комунікативні технології створення міжнародного іміджу держави ґрунтуються на просуванні його інтересів в світі, а також постійне інформування про основні події в державі, стан її розвитку, та інші досягнення. [5, с.6]

Інтернет – це є основний канал для швидкої комунікації, адже він дає можливість спілкуватися через месенджери, соціальні мережи, електронні пошти, різні сайти та інше.

Соціальні медіа – такі платформи, як Twitter, Instagram, Facebook та інші, дають можливість обмінюватися різною інформацією, слідкувати за новинами та поширювати інформацію про країну, для того щоб зацікавити людей по всьому світі, і завдяки цьому покращити уявлення про державу.

Медіа та різні інформаційні платформи: це включає в себе радіо, газети, телевізори, новини онлайн. Дуже важливо для держави, яка хоче зміцнити та покращити образ у світі поширювати правдиву інформацію, яка буде корисною та цікавою для читачів та глядачів. [6, с.8]

Мобільні технології – планшети, смартфони, комп'ютери надають можливість бездротової комунікації і можливість для додаткового спілкування через інтернет.

Таким чином, варто зазначити, що імідж держави являється важливим об'єктом наукових досліджень в сучасному світі. Вдалі комунікаційні стратегії дають можливість державі отримати підтримку та інвестиції від міжнародних партнерів та боротися з поширенням дезінформації. Імідж держави залежить від аналізу різних факторів, які здійснюють вплив на уявлення про державу в суспільстві.

1.2 Значення комунікаційних технологій у сфері міжнародних відносин

Утворення іміджу є досить складним процесом, адже він впливає на економічну, політичну та культурну діяльність держави в світі. Позитивний імідж дає можливість більше залучувати різні інвестиції та покращувати можливості держави на міжнародній арені. Тому формування стратегії для успішного іміджу та підтримка постійного розвитку іміджу, є важливим завданням для кожної країни. [7, с.104]

Структура іміджу держави, яка утворюється на основі уявлень про неї, має три важливі компоненти, такі як: офіційна інформація про державу, а саме інформування щодо політики держави та їхньої діяльності; загальна інформація про державу, лідерів та інших; відомості про державу, дії чиновників, а також органів влади. Завдяки цій

структурі утворюється загальне уявлення про державу, та дає можливість визначити що необхідно змінити в стратегії формування іміджу. [7, с.5]

Для формування образу держави в сучасних умовах важливу роль відіграє громадянська участь. Громадяни країни мають значний вплив на те, як країну сприймають на міжнародній арені. Адже громадяни, які поширюють свою думку та погляди про країну в різні канали, медіа, соціальні мережі, сприяють активному обговоренню інших країн світу, що тим чи іншим образом впливає на популяризацію країни. Також дуже важливо приймати участь в громадських проектах, які можуть допомогти змінити життя в країні і покращити уявлення про неї. Поширення культурних цінностей та історії держави в соціальних мережах, впливає на позитивний імідж тим, що показує наскільки держава є відкритою та як відноситься до своєї культури та історії. [8, с.14]

Імідж держави – це також створення та розповсюдження інформації за допомогою міжнародних та власних засобів масової інформації. Важливо демонструвати кращі можливості держави та те, що виділяє її серед інших. Успішне місце держави серед інших на міжнародній арені потребує постійного удосконалення та надання достовірної інформації. Саме продуктивна робота ЗМІ може сформувати уявлення про державу. Засоби масової інформації завжди будуть впливати на утворення репутації в світі, адже вони є основними акторами поширення інформації.

Задля того щоб імідж держави добре функціонував та був успішним серед інших, слід вирішувати такі важливі завдання: [8, с.10]

- держава повинна створювати позитивне уявлення про себе, розробляти ефективні стратегії та надавати свої досягнення в різних сферах;
- розвивати відносини з іншими країнами та брати активну участь у міжнародних організаціях, адже це сприяє покращенню іміджу держави;
- важливо відповідати міжнародним нормам, включаючи екологію, торгівлю, права людини та інше;
- підтримка у розв'язанні міжнародних конфліктів або сприяти мирним процесам, що у свою чергу показує державу, як відповідальну та миролюбну;

- заохочення громадян до формування іміджу та брати до уваги їхні думки, адже це покаже, що держава враховує побажання свого населення.

Створення іміджу держави це багатоетапний процес, який потребує постійного вдосконалення та системної роботи. Важливо, щоб стратегія відповідала потребам та можливостям держави. Слід сформувати основні етапи утворення іміджу держави:

Перше крок полягає у проведенні аналізу іміджу, який є сформований на даному етапі. Слід врахувати, як позиціонує себе держава в світі, як відносяться в міжнародному співтоваристві та які відносини є з іншими країнами. Другий крок є з'ясування основних цілей іміджу. На цьому етапі важливо сформувати основні завдання та конкретні цілі, яких держава повинна дотримуватися задля покращення іміджу. Це призведе до покращення довіри до держави, залучення інвестицій та популяризації її в світі. Також важливо визначити для якої аудиторії спрямований імідж (туристи, інвестори чи громадяни країни). [9, с.12]

Важливо розуміти їх потреби та уподобання. Третій крок це створення стратегії комунікації, а саме розробка креативних та стратегічних підходів, які допоможуть досягти поставлених цілей. Важливо залучитися підтримкою засобів масової комунікації, які будуть поширювати інформацію та покращувати імідж. Це може включати в себе рекламу, або розповсюдження в соціальних мережах, веб-сайтах, телевізійні канали тощо. Четвертий крок це постійний моніторинг та оцінка результатів, які утворилися, адже важливо вносити корективи та дослухатися до порад цільової аудиторії. Також на цьому етапі варто намагатися висвітлювати інформацію про внутрішні зміни, тим самим показуючи, що держава є відкритою. Останнім п'ятим кроком є постійна робота над стратегією. Адже утворення іміджу це не одноразовий процес, а постійна робота, яка потребує зусиль, задля позитивного результату. [9, с.2]

Політична модернізація є важливим засобом збагачення позитивним змістом іміджу держави. Від ефективного інформаційно-комунікаційного забезпечення, залежить успіх політичної модернізації. Комунікаційні засоби та інформаційні технології впливають на процес соціальної та політичної трансформації. Сучасні інформаційно-комунікаційні технології дають можливість політичним лідерам

створювати ефективний зв'язок з громадянами. Політична модернізація охоплює зміни в економічних, політичних та соціальних системах, задля збільшення її ефективності та стабільності. Політична модернізація це процес спрямований на вдосконалення політичних інститутів, захист прав людини, розвиток суспільства та підвищення рівня громадського контролю.

Розвинені країни, які досягли визнання їх міжнародного значення, багато уваги приділяють добре продуманій стратегії, та щоб вона відповідала певним політичним завданням та проведенню інформаційної політики. Згідно з існуючими підходами, варто також надати пояснення іміджу держави, як комплекс уявлень про певну державу, а саме в основних її сферах діяльності. Слід звернути увагу на те, що значний вплив на формування образу держави в світі здійснюють стереотипи та певні міфи, які формуються в підсвідомості громадян різних країн та постійно розповсюджуються засобами масової інформації, а тому можна сказати, що імідж держави є створений стереотипом. Адже на сьогоднішній час, жителі різних країн підтримують різні стереотипи, які можуть бути вже не актуальними. [9, с.3]

Імідж держави ґрунтується на трьох рівнях свідомості суспільства: стереотипному, предметному та міфологічному. Ці рівні допомагають сформуванню іміджу держави в різних аспектах та краще розуміти, над чим державі варто працювати та на які сфери життя варто приділити увагу.

Стереотипи є частиною нашого сприйняття світу, що включає уявлення про країни та їх жителів. Дуже важливо враховувати це при створенні стратегії, та докладати максимум зусиль аби змінити це на краще. Це буде сприяти покращенню сприйняття держави та розвитку відносин між державами. Адже стереотипи можуть мати, як позитивний вплив на формування іміджу, так і негативний. Ці стереотипи відображають уявлення про державу, культуру, розвиток економіки, уявлення про політику та уряд держави, освіту, історичні події, досягнення держави тощо. Важливо значну увагу приділяти стереотипам, адже позитивні стереотипи сприяють привабливості для туристів інвесторів та співробітництва з іншими країнами, а негативні навпаки можуть бути перешкодою для розвитку держави. [10, с.80]

Предметний рівень створення іміджу держави включає певні факти, події та досягнення, що асоціюються з державою. Цей рівень показує стан економічного розвитку держави, бізнес середовище та інфраструктуру. Імідж держави може покращуватися завдяки стабільній економіці, інноваційним технологіям, великим корпораціям тощо. Також цей рівень охоплює всі політичні досягнення, місце держави в міжнародних відносинах, соціальні досягнення, також досягнення в галузі науки, інновацій, технологій, адже це все є важливим аспектом для формування іміджу. В загальному предметний рівень можна охарактеризувати, як рівень, що визначається реальними досягненнями країни та конкретними фактами. Це має велике значення та залучення інвестицій, наукової співпраці, розвитку туризму та покращенню місця держави на міжнародній арені. [10, с.75]

Міфологічний рівень характеризується легендами, міфами, символами, які утворюють загальне уявлення про державу в світі. Це рівень включає в себе такі символи, які гімн, офіційна мова, прапор та інші символи, які описують державу. Цей рівень описує історію держави, про її героїв та події, які є важливими для держави. Міфологічний рівень також містить в собі культурні особливості держави, такі як обряди, традиції, культурна спадщина, адже це показує чим держава є унікальною серед інших. Це має важливий та сильний вплив на створення власної ідентичності та сприйняття іншими країнами. Міфологія в цьому аспекті розглядається не як вигадані оповідання, а характеризує як реальне уявлення про історію, символи, перекази, що показують національну ідентичність та відносини держави на міжнародному рівні. [10, с.77]

Імідж держави виконує численні функції, які здійснюють вплив на відносини з іншими країнами, торгівельні та інвестиційні можливості та спосіб сприйняття держави на світовому рівні. Варто розглянути основні функції іміджу держави: [11]

Функція ідеалізації. В контексті утворення іміджу держави необхідна для створення найбільш привабливого сприйняття держави в світі. Це передбачає створення ідеального образу в очах громадян та дає змогу підкреслити найбільш важливі аспекти держави. Ідеалізований імідж держави допоможе залучитися

підтримкою інших країн та сприяти стабільності в державі. Дуже важливо завжди висвітлювати лише правдиву інформацію, адже це сприятиме розвитку країни.

Функція ідентифікації. Ця функція допомагає краще аудиторії сприйняти всі позитивні сторони життя країни. Вона дозволяє чітко розуміти громадянам свою ідентичність та підтримувати культурну спадщину держави. Адже масова свідомість хоче отримувати лише основну інформацію, що допомагає краще зрозуміти основні параметри того чи іншого об'єкта. Ця функція вимагає детального вивчення того, що робить державу унікальною та цікавою серед інших.[11, с.12]

Функція протиставлення. Ця функція включає в себе у порівнянні своїх унікальних характеристик та акцентуванні уваги на перевагах та відмінностях. Вона спрямована на підготовці основних досягнень держави для створення позитивного іміджу. Також завдяки цій функції варто підкреслити основні аспекти, що роблять державу особливою серед інших. Цей етап використовують під час створення стратегії просування іміджу держави, адже важливо знати, як інші держави позиціонують себе в світі та що варто робити, для того, щоб займати вадливе місце на світовій арені. [11, с.15]

Номінативна функція. Ця функція дає можливість сформувати чітке іміджове визначення та сформувати свої власні назви, слогани, символи та ключові елементи, що ідентифікують державу. Ці елементи будуть привертати увагу туристів, інвесторів та визначатимуть місце та роль держави в світі. Управління номінативною функцією є дуже важливим аспектом для просування унікальності держави в світі та створення її власного впізнаваного іміджу.

Адресна функція. Ця функція передбачає зосередження всіх зусиль на комунікацію з конкретною аудиторією, які займають важливе місце в державі. Тобто імідж держави повин відповідати очікуванням цільової аудиторії. Варто визначити основні завдання та цілі, які повинна виконувати держава для кожної адресної аудиторії, але вони можуть бути різними, все залежить від потреб та завдань. Ця функція дозволяє державі максимально спрямувати всі зусилля на ті аспекти на аудиторію, які мають вагомий вплив на досягнення поставлених цілей. Також варто

залучитися підтримкою засобів масової комунікації, які будь поширювати всю необхідну інформацію для цільової аудиторії. [11, с.17]

Важливе місце у формуванні іміджу держави займає інформаційна політика держави, яка надає можливість створити власні інформаційні поля. Адже інформація в сучасному світі, є тим ресурсом, який дає можливість своїй державі процвітати на покращувати себе у будь якій сфері. Важливо щоб інформаційна політика була на високому рівні, адже завдяки цьому вона буде мати більше можливостей щоб наповнити світ інформацією, яка буде впливати на імідж та покращувати місце держави в світі. В сучасному світі саме інформаційне представлення держави дає можливість створити успішний бренд країни та сприяти поширенню позитивної інформації. Інформаційний потенціал допомагає протистояти в інформаційних війнах та протистояти їх впливу на певну державу. Інформаційні війни є дуже популярними в сучасному світі, бо кожна країна хоче показати себе з кращої сторони та задля досягнення своїх певних цілей. Особливу роль у цих війнах відіграють засоби масової інформації, але важливо поширювати правдиву інформацію про державу для покращення іміджу та місця на світовій арені. [12, с.5]

Для того щоб оцінити в якому стані перебуває імідж держави існує декілька певних методів та підходів, а саме:

- опитування громадян країни є досить популярним способом виявити, яке уявлення в громадян про країну;
- аналіз засобів масової інформації допоможе зрозуміти, яку інформацію поширюють в журналах, газетах, відео та інших медіа, задля покращення ситуації;
- моніторинг соціальних медіа висвітлить інформацію про користувачів та те, що вони обговорюють, коментують та поширюють в соціальних мережах;
- залучення експертів, які працюють в різних галузях (економіка, політика, культура) допоможе виявити рівень іміджу в світі та дати оцінку іміджу, який є сформований на даний момент;
- культурні обміни та програми, а саме фестивалі, концерти, виставки, які сприяють покращенню іміджу;

- дослідження дипломатичної активності, а саме вивчення міжнародних договорів, участі в різних міжнародних організаціях, дипломатичних стосунках для визначення місця держави в світі;

- співвідношення іміджу різних держав, для того, щоб зрозуміти переваги та недоліки конкурентів.[12, с.5]

Таким чином, комунікаційні технології займають важливе місце у формуванні позитивного образу про державу. Вони дають можливість швидко передавати різну інформацію між державами та громадянами. Ефективна комунікація завдяки технологіям допомагає запобігти конфлікті ситуації та забезпечити стабільні міжнародні відносини.

1.3 Комунікаційне середовище формування іміджу держави в міжнародному просторі

Комунікаційне середовище постійно займає все більш важливе місце у сучасному формуванні іміджу держави на міжнародній арені. В період надшвидкого розвитку технологій, мас-медіа, відносини між державами, культурний взаємозв'язок взаємопов'язуються, утворюючи особливі умови для сприйняти держави світом. Інтеграція в міжнародні процеси потребує не тільки ефективною зовнішньої політики, але й уміння ефективно комунікувати та адаптуватися до змін у сфері комунікацій. У контексті міжнародного простору держава надзвичайно зацікавлена у формуванні позитивного іміджу перед міжнародною спільнотою. Це не лише мережа медіа, дипломатичних і культурних зусиль, а й взаємозв'язок з міжнародною аудиторією завдяки різним каналам комунікації. [13, с.125]

Комунікаційне середовище є важливою і невід'ємною складовою сучасного суспільства, адже це означає обмін інформацією між державами та громадянами завдяки засобам масової комунікації. Ключовим інструментом комунікаційного середовища є двосторонній процес, б він передає громадськості інформацію від органів влади, організацій та окремих осіб, але також, це дає можливість суспільству розказувати свої ідеї та думки.

Комунікаційне середовище відіграє важливу роль у створенні іміджу держави в міжнародному середовищі. Країни дуже активно використовують різноманітні комунікаційні канали для того, щоб представляти свої досягнення та цінності. Вправне управління інформацією, ефективне поширення її та можливість вдало підтримувати зв'язок з міжнародною аудиторією, мають здатність з'ясувати, як сприймають державу в світі. Також діалог з міжнародними партнерами та приймання участі в міжнародних організаціях призводять до постійної співпраці та покращення іміджу держави на міжнародному рівні. Комунікаційне середовище окреслює імідж держави, створюючи його завдяки взаємозв'язку з міжнародним товариством, створюючи хорошу репутацію та покращуючи відносини між державами. [13, с.127]

Європа грає важливу роль у міжнародному комунікаційному середовищі, завдяки тому, що має велику кількість інформаційних технологій, різноманітність мов та економічної могутності. Розвиток цифрових технологій дав можливість Європі бути в центрі міжнародних медіа, об'єднати населення та створити спільні цінності. Для того, щоб здійснювати реалізацію поставлених завдань ЄС було утворено інформаційні служби, які поширюють інформацію про події, а також покращують позиціонування ЄС на світовій арені.

Europe Direct була утворена з метою поширення інформації для громадян про політичні дії ЄС, а також змогу давати відповіді на запити різними офіційними мовами і транслювати події. У всіх країнах ЄС працює ця інформаційна служба, задля покращення взаємозв'язку з громадськістю. Також було створено спеціальну програму під назвою «Разом», яка дає можливість сформулювати об'єднання громадян різних країн та активно залучити їх до вирішення політичних процесів, культурних та соціальних сфер. Підтримка зв'язку з громадськістю також здійснюється за допомогою різних онлайн платформ, які дозволяють вислухати позиції суспільства та залучитися їх підтримкою. [14, с.35]

Для постійного інформування міжнародної громадськості про події, які відбуваються в Європейському Союзі, було утворено Europe Satellite, який дає можливість слідкувати за поширеною інформацією завдяки двом загальноєвропейським телеканалам, які ведуть мовлення державними мовами ЄС.

Інформаційна компанія European Citizens' Initiative була створена з метою інформування громадян та утворення спільного європейського простору, де кожен може висловити свою думку та побажання. Європейський Союз активно застосовує соціальні мережі для розповсюдження офіційних заяв, поширення європейської політики та підтримування зв'язку з громадкістю. [14, с.43]

ЄС визначає список комунікаційних платформ, які використовує для просування цілей, а саме Twitter, Youtube, Facebook, LinkedIn, Spotify, Instagram. Тому Європа займає перше місце в світі завдяки відкритості в соціальних мережах та охоплення аудиторії, яка обмінюватися думками на різних соціальних платформах. Європейський союз активно застосовує публічну дипломатію задля того, щоб зміцнити та покращувати імідж на міжнародній арені. Вони активно використовують публічну дипломатію, щоб підтримувати зв'язок з аудиторією, а також створити спеціальні програми для покращення місця ЄС в міжнародному просторі. [14, с.50]

Європейський союз активно створює спеціальні програми для протидії пропаганди та фейків. ЄС створив проект для протидії поширення дезінформації з боку Росії, а також проект, який спрямований на протидію російської пропаганди, а саме утворення європейського медіа, де інформація транслюється російською мовою. Розповсюдження неправдивої інформації з боку Росії здійснює вплив на різні сфери життя та зумовлює важливість утворення спеціальних проектів для протидії цьому.

Присутність держави в соціальних мережах є частиною стратегічного плану комунікації та здійснює вплив на імідж держави в світі. Це важлива складова при утворенні позитивного іміджу держави та взаємозв'язку з аудиторією. Слід зазначити переваги соціальних мереж:

- Прискорення обміну інформації між аудиторією та державою;
- Здатність отримувати зворотну відповідь та інформацію про ту чи іншу подію;
- Можливість здійснювати моніторинг реакції аудиторії на дії органів державної влади;
- Утворення умов для більш відкритих та прозорих політичних та економічних процесів;
- Можливість швидко реагувати на запити суспільства;

- Розповсюдження корисної та правдивої інформації про державу в соціальних мережах;
- Розвиток публічності та поширення інформації діяльності влади, збільшує довіру громадян до держави.

Присутність держави в соціальних мережах є важливою частиною формування позитивного образу в світі, адже соціальні мережі утворюють середовище для підтримки зв'язку між державою та громадянами. Це дозволяє швидко повідомляти громадян про важливі реформи, досягнення та події, які відбуваються в державі. Завдяки різним платформам держава показує, що вона є відкритою до своїх громадян та цим підвищує довіру до уряду держави.

Сполучені Штати Америки активно використовують комунікаційні технології у сфері зовнішньої політики. В 2011 році було затверджено застосування комунікаційних інструментів у Стратегічному плані розвитку, а саме було зазначено основні цілі для покращення позитивного іміджу США, застосування соціальних мереж для обміну між внутрішньою та зовнішньою аудиторією та керування інформаційними технологіями для покращення уявлення про державу. Diplopedia було утворена з метою поширювати інформацію співробітниками міністерства, для того, щоб кожен, хто цікавиться мав можливість дізнатися про важливі міжнародні питання, досягнення цілі держави та обмінюватися інформацією. Corridor – це медіа платформа, яка дає можливість користувачам утворювати профілі та обмінюватися інформацією, опубліковувати звіти про досягнення, дізнаватися інформацію про діяльність закордонних колег та комунікувати в професійних сферах. [15, с.23]

Сполучені Штати Америки активно застосовують соціальні мережі для створення образу держави та підтримки власних інтересів. Президент, дипломати та інші посадовці користуються соціальними мережами, створюють облікові записи та підтримують зв'язок з громадянами та міжнародною аудиторією. Однією з найбільш успішних програм задля створення іміджу США є телевізійна мережа Worldnet. Через цю мережу транслиують багато американських серіалів, культуру, економіку, бізнес, політику історію. Це дозволяє США просувати уявлення про державу в світі та покращувати місце на міжнародній арені. [15, с.27]

Здатність поширювати актуальну інформацію про роботу уряду та прийняті рішення, має здатність позитивно впливати на образ держави. Це також дає можливість громадянам приймати участь у обговоренні тієї чи іншої ситуації, та пропонування власних ідей для вирішення проблем. Адже громадяни здійснюють постійний моніторинг соціальних мереж, для з'ясування, як відбувається діяльність держави, а тому коли громадяни приймають участь в обговореннях, то відчують свою важливість в прийнятті рішень та сприймають державу, як відкриту до суспільства. Тому, здатність поширювати актуальну інформацію за допомогою соціальним медіа відкриває нові можливості для поліпшення взаємозв'язку та розуміння між населенням та урядом, покращення образу держави в світі та значного підвищення рівня довіри. [16, с.75]

Соціальні мережі дають можливість державі швидко розповсюджувати інформацію під час кризових ситуацій. Швидке поширення інформації про стан подій, які відбуваються та заходи безпеки, які будуть допомагати громадянам одержати важливої інформації для здійснення рішень. Також завдяки соціальним мережам, держава має можливість прислухатися до своїх громадян під час кризових ситуацій та надавати допомогу та підтримку. Адже дуже важливо дослухатися до громадян, реагувати на їх потреби та покращувати стратегії надання допомоги. Таким чином, соціальні мережі не тільки дають можливість налагодити кризу через ефективне розповсюдження інформації, але й являються містком між владою та громадянами, даючи можливість взаємно працювати для забезпечення безпеки та повернення нормального життя після кризи.

Завдяки соціальним мережам держава має можливість швидко та оперативно поширювати інформацію про небезпеку чи інші непередбачувані події для громадян. Це дає можливість запобігти паніці та допомогти громадянам приймати правильні рішення в певній ситуації та не створювати паніку та діяти правильно. Адже швидке поширення інформації допомагає громадянам здійснити необхідні дії для власної безпеки. Чіткі інструкції, які є доступними в мобільних додатках чи завдяки повідомленням, дозволяють громадянам уникнути небезпеки та правильно відреагувати на ситуацію. Громадяни, які поінформовані про реальні події та мають

чіткі інструкції, виявляють менше страху та більше розуміння дій, які необхідно зробити. Це дає можливість органам державної влади та відповідним службам швидко реагувати на небезпеку, адже це евакуація, допомога громадянам та інші заходи безпеки. Швидке реагування з боку влади покращує відновлення контролю та запобігає розвитку негативних наслідків. Тому здатність негайного сповіщення про небезпеку надзвичайно необхідна для запобігання розповсюдження паніки. Відповідальне застосування цього засобу підвищує безпеку та утворює швидке та злагоджене реагування на надзвичайні ситуації. [16, с.154]

Важливим для взаємодії держави з молодіжною аудиторією є користування державою соціальними мережами. Адже це стало не лише платформою для підтримки зв'язку, а й можливістю впливати на перспективам молодих громадян. Соціальні медіа в сучасному світі являються важливою частиною сучасної молоді. Це не лише можливість спілкування, а засіб передавання важливої інформації для громадян, адже присутність держави на онлайн платформах дає можливість покращити взаємозв'язок з молоддю, адже саме вони проводять значний час свого життя онлайн. Кампанії, які направлені на підтримку освіти, працевлаштування, навколишнього середовища чи інших сфер, мають здатність представитися цільовими та креативними матеріалами, які перегукуються з уявленнями та інтересами молодих людей.

Глобальний доступ до інформації завдяки соціальним мережам показує нові можливості для країни у покращенні іміджу та комунікаціям з міжнародною спільнотою. Це допомагає державі активно поширювати інформацію про свої досягнення та покращувати імідж держави. Також дозволяють соціальні мережі акцентувати увагу на культурних цінностях держави, а саме традиції, історія, мова тощо. Це дає можливість мати доступ до інформації про досягнення, культурну частину та економічний потенціал, сприяючи поліпшенню міжнародного сприйняття та збільшення відносин з державами та інвестицій. [17,с.244]

Процес взаємообміну інформацією між державою, громадянами, засобами масової комунікації та іншими, є надзвичайно важливим для формування іміджу держави, але й водночас непростим. Адже поширення інформацію про ді органів

державної влади потребує комунікаційних стратегій, для того щоб правильно застосовувати соціальні мережі та покращувати зв'язки з громадянами.

Існує певні комунікаційні стратегії, які застосовуються для досягнення покращення іміджу держави та різних її цілей: [17, с.240]

- Публічні виступи, а саме спілкування з громадянами та звернення до громадян з пропозицією запропонувати власні стратегії для покращення іміджу;
- Створення зустрічей з представниками інших держав, задля підтримки міжнародних відносин та формування позитивного явлення про державу;
- Брати активну участь у соціальних медіа, розповсюджувати інформацію про державу та підтримувати зв'язок з громадянами;
- Активна участь в міжнародних спортивних заходах для демонстрації власних досягнень та успіхів;
- Застосовувати різні публічні платформи для розповсюдження інформації;
- Співпраця з громадськістю та активно залучати їх до різних програм держави, для того щоб покращувано уявлення про державу в очах громади.[18, с.220]

У висновку даного розділу щодо комунікативного аспекту формування іміджу держави, можна зазначити, що імідж держави це комплекс уявлень про державу та як її сприймають на світовій арені. Імідж держави визначається різними складниками, економічний та політичний розвиток, культурне багатство, соціальні аспекти та інше. Комунікаційні стратегії, які застосує держава, мають важливу роль у створенні іміджу держави та здійснюють впливу на місце держави в світі.

Комунікаційний аспект іміджу держави є важливим для покращення відносин з державами та громадянами. Уміння ефективно підтримувати зв'язок з різними аудиторіями завдяки комунікаційним платформам, являється важливим для кожної держави. Засоби масової інформації поширюють події та досягнення, які відбуваються в державі, а тому варто налагодити зв'язок з ЗМІ та розробити комунікаційні стратегії, які будуть вдало працювати. Отже, застосування комунікаційних технологій є важливим для успішного позиціонування на міжнародній арені, адже це дозволяє досягати цілей та зберігати свою репутацію.

РОЗДІЛ II. КОМУНІКАЦІЙНІ ІНСТРУМЕНТИ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ДЕРЖАВИ

2.1 Формування іміджу держави за допомогою соціальних комунікацій

Міжнародний імідж країни тісно пов'язаний з міжнародними факторами, що здійснюють вплив на його формування. Глобальні комунікації відіграють все важливішу роль у утворенні глобального іміджу нації. Тривалий час релігія, національні кордони, мова і культура були бар'єрами для глобального розповсюдження інформації. Проте ці бар'єри поступово руйнуються, а глобальні засоби комунікації – Інтернет, супутникове телебачення, мобільний зв'язок – створюють глобальний національний імідж. У цих сферах національний імідж утворюється не через односторонню комунікацію, а у формі багатовимірних взаємовідносин, які можуть бути між країнами або на рівні інституцій, роботи чи людей. Внаслідок глобалізації економічні відносини утворюються між багатьма країнами, що здійснює вплив на імідж країни. Політичні та військові відносини також впливають на імідж. Сфера глобальної комунікації є домінуючою у створенні глобального національного іміджу країни, в якому Інтернет грає одну з провідних ролей. [19, с.15]

Імідж держави утворюється завдяки активній політиці уряду, який впливає на майбутнє та імідж країни у світовому масштабі через інвестиції в туристичні офіси, торгово-промислові палати, органи управління зовнішньою торгівлею та інші державні установи. Подібно до бізнес-структур, які впливають на маркетинг і рекламу для формування бренду та продукції компанії, уряд забезпечує сприйняття своєї країни громадянами інших країн. Торгівля, інвестиції, експорт і туризм є основними сферами, що забезпечують розповсюдження в країні соціальних, економічних і політичних відносин, які утворюють національний імідж та ідентичність.

Маркетингові комунікації країни можуть бути непомітними для громадськості через вузьку спрямованість, особливо на бізнес-спільноту, яка є пріоритетною темою

для поширення інформації про економічну ситуацію в країні, політичну ситуацію, інвестиційну та торговельну політику країни. Імідж країни опосередковано впливає на зовнішньоекономічну діяльність, особливо на експорт та імпорт. [19, с.16]

Важко оцінити сприйняття країни на міжнародному рівні через динамізм нових факторів, що впливають на майбутнє країни. Складовими іміджу країни є: відкритість бізнесу, туризм, рівень політичного впливу, суспільство, якість життя, підприємливість, влада, рушії економічного розвитку, спадщина (культура, історія, звичаї, традиції, мова, природа тощо).

Формування іміджу змінюється через зміну сприйняття країни оточуючими країнами. Це можна забезпечити через політику популяризації країни як туристичної держави, розвиток соціальних медіа, які розповсюджують позитивні аспекти країни, застосування реклами, зв'язків з громадськістю та публічної дипломатії.

У сучасному світі де будь яка інформація розповсюджується дуже швидко, соціальні комунікації грають важливу роль у створенні позитивного іміджу держави. Соціальна комунікації являються важливою складною під час створення позитивного іміджу держави. Вони включають веб-сайти, блоги, соціальні мережі, та решта цифрових платформ, які дають можливість державі підтримувати зв'язок з цільовою аудиторією. Це допомагає державі поширювати громадськості інформаційні новини, що має важливе значення у бажаному іміджі. Спілкування завдяки соціальним комунікаціям дає можливість державі утворити публічний образ, які є відповідним до її економічних та політичних інтересів. Соціальні комунікації дозволяють привернути більше інвестицій та утворити хороше середовище для іноземних партнерів. Також соціальні комунікацію покращують культурну індустрію, адже все більше привертають увагу фанатів мистецтва та туристів з різних країн. [20, с.12]

Утворення позитивного іміджу держави завдяки соціальним комунікаціям стає все більш важливим на міжнародній арені. Це ґрунтується на різних засобах масової комунікації, які допомагають покрити імідж держави. Соціальні комунікації дають можливість державам утворити позитивний імідж і цим просувати імідж держави на міжнародній арені. Також соціальні комунікації застосовуються для покращення внутрішньої політики держави, а саме уряд держави має здатність застосовувати

засоби масової комунікації та інші інструменти, щоб утворювати громадську думку та досягти підтримки власних рішень, які спрямовані на покращення іміджу держави. Соціальні комунікації також здійснюють вплив на співпрацю між державами, адже завдяки ефективним комунікаційним стратегіям можна досягти кращого результату. [21, с.10]

Публічна дипломатія та підтримка з міжнародними аудиторіями є важливою складною в формуванні іміджу. Публічна дипломатія є важливою частиною міжнародних відносин, який дає можливість державам проводити діалог із світовою спільнотою та утворювати позитивний імідж на світовому рівні. Спілкування з міжнародною аудиторією через різні канали, такі як соціальні мережі, медіа та неурядові організації, має значний вплив на сприйняття країни на міжнародній арені. Ключовим компонентом публічної дипломатії є спілкування в соціальних мережах. Завдяки популярності таких платформ, як Twitter, Facebook, Instagram і YouTube, країни мають можливість безпосередньо взаємодіяти з глобальною аудиторією. Це дає можливості для публічних дискусій, поширення важливої інформації, висловлення думки з різних глобальних проблем. Прикладом цього є активне спілкування між президентами та урядовцями через Twitter, що дає можливість їм робити заяви, давати відповіді на події та підтримувати зв'язок зі світовими лідерами та громадянами. [22, с.3]

США активно застосовують комунікаційні технології для зовнішньополітичної діяльності. В сучасних умовах найбільш поширеною та популярною є Twitter-дипломатія, яку використовують політики, дипломати та громадські діячі. Департамент США описує Twitter-дипломатію, як інструмент звичайної дипломатії, яка застосовує комунікаційні технології сучасності для того, щоб вирішити проблеми в зовнішній політиці. Twitter-дипломатія визначається тим, що застосовує соціальні мережі, онлайн платформи, відеоканали, і цим не схожа на традиційну дипломатію. Метою є збільшити відкритість перед аудиторією та залучити їх до публічного обговорення та вирішення тих чи інших питань. В 2007 році президент Сполучених Штатів Америки розпочав вести сторінку в Twitter задля того, щоб збільшити використання цієї інтернет мережі в державі. Кількість підписників в 2018 році

становила 100 мільйонів. Д. Трамп зареєструвався в Twitter в 2019 році та захопив увагу великої кількості аудиторії, а саме 90 мільйонів підписників. Д. Трамп активно застосовував цю соціальну мережу та показав, що це важливо для кожної держави, яка хоче покращувати своє місце в інформаційному просторі. На сучасному етапі Джо Байден також застосовує соціальну мережу, висвітлюючи діяльність в сфері зовнішньої політики США, але все ж Джо Байден менш емоційно публікує різні пости в соціальних мережах, ніж Дональд Трамп.[23, с.14]

ЗМІ також є важливим каналом публічної дипломатії. Країни працюють із журналістами, оприлюднюючи їм доступ до інформації та беручи інтерв'ю у лідерів держав, щоб розповсюджувати важливі повідомлення та новини. Варто зауважити, що засоби масової інформації мають велику силу у створенні громадської думки та сприйняття, а тому постійна співпраця з ними є важливим завданням публічної дипломатії. Організації громадянського суспільства та неурядові організації також відіграють важливу роль у спілкуванні з міжнародною аудиторією. Їх робота у сфері прав людини, розвитку та навколишнього середовища може вплинути на сприйняття держави. Утворення партнерства з неурядовими організаціями дає можливість країнам утверджувати свої цінності та зобов'язання в цих сферах. [23, с.12]

У світі, де глобалізація зробила світ дуже взаємопов'язаним, публічна дипломатія та спілкування з міжнародною аудиторією стали важливою складовою зовнішньої політики країн. Ефективна комунікація дає можливість сформуванню позитивного іміджу, підтримувати позитивні стосунки та здійснювати вплив на глобальний порядок. У цьому контексті варто розробити інструменти та стратегії для ефективної комунікації з міжнародною аудиторією та дійти до поставлених цілей.

Культурна дипломатія ключовим компонентом взаємодії між країнами та народами, і цим самим сприяти співпраці та порозумінню в умовах глобалізації. Важливою складовою культурної дипломатії є взаємообмін культурними цінностями, а соціальні контакти грають вирішальну роль у забезпеченні успіху цього процесу. Культурний обмін між націями вимагає ефективних комунікаційних стратегій. Соціальні мережі, медіа, світові фестивалі та інші комунікаційні зв'язки дають можливість швидкого та якісного обміну інформацією та культурними

проявами. Слід пам'ятати, що ефективна культурна дипломатія являє собою взаємність, а не є односторонньою пропагандою.

Культурна дипломатія збільшує горизонти, здійснюючи краще розуміння різноманітних культур, цінностей та особливих традицій. Це дає можливість утворювати позитивний імідж країни та зміцнити міжнародні відносини між різними державами. Культурні ініціативи мають здатність показувати нові можливості для відносин в сферах таких, як політика і економіка. [24, с.7]

Завдяки соціальним комунікаціям, а саме інтернет та соціальні мережі то культурна дипломатія являється більш доступною для світової аудиторії. Саме інтернет дає міжнародному товариству поширювати інформацію про мистецтво, музику, літературу та обмінюватися новими ідеями. Поширення культурних цінностей в міжнародному просторі повинно бути добре обґрунтованим, для того щоб показати, що кожна країна унікальна та особлива. Завдяки інтерактивним засобам комунікації культурна дипломатія являється демократичною та відкритою для різних груп населення. Він об'єднує людей і нації та допомагає створити більш гармонійний світ, де культурне розмаїття розглядається як надбання, а не як загроза.

Громадська дипломатія є одним з важливих складових міжнародних відносин, яка спрямована на взаєморозуміння та зв'язок між державами та суспільствами. Це означає, що активна взаємодія з аудиторією є важливою, і її можна реалізувати завдяки різноманітних інструментів соціальних мереж. Засоби так, як соціальні мережі, мас-медіа, різні інтернет платформи, відіграють вирішальну роль зв'язку громадськості з світовою аудиторією. Завдяки цього відбувається співпраця з різним населенням та зацікавленими іноземними партнерами. Однією з головних цілей громадської дипломатії є формування позитивного іміджу країни чи організації та постійна підтримка лише позитивного сприйняття її інтересів. За допомогою соціальним комунікаціям інформація та новини можуть розповсюджуватися швидко та ефективно, таким чином покращуючи взаєморозуміння та співпрацю. [25, с.336]

Варто зазначити, що громадська дипломатія через соціальні комунікації також являє двосторонню комунікацію. Це означає, що інформація не тільки проходить від держави чи організації до громадськості, але й зворотний рух інформації дає

можливість зрозуміти ідеї та точки зору громадськості. Це вміщує в себе обговорення питань зовнішньої політики, культури, економіки та інше. Соціальні комунікації мають здатність привернути увагу громадськості до різних ініціатив, а саме обмінюваної культурною інформацією, гуманітарна допомога та різні освітні програми. Це дає можливість громадськості приймати участь різних міжнародних справах та допомагає сприяти вирішенню глобальних проблем. Громадська дипломатія та взаємозв'язок з громадськістю завдяки соціальним комунікаціям є важливою складовою сучасного світового співробітництва. Це сприяє кращому розумінню між державами, співпраці та зміцненню відносин між країнами та спільнотами, і тим самим світ стане більш пов'язаним і гармонійним. [25, с.330]

Імідж, сприйняття та репутація країни мають важливе значення в сучасному світі. Моніторинг і зворотній зв'язок є значимою частиною для країн і урядів, для того щоб з'ясувати, як її розуміють за кордоном, і внести відповідні корективи в імідж для того, щоб йти впевнено до своїх цілей.

Моніторинг стану іміджу держави потребує постійного стеження, як країну розуміють в середині держави та за кордоном. Це означає постійний моніторинг засобів масових інформацій, громадської думки та мас-медіа. Варто розуміти, що імідж держави повинен бути реальним та правдивим, і утворюватися через інтереси держави. А тому моніторинг стану іміджу держави на міжнародній арені допомагає з'ясувати що варто змінити та покращити. [26, с.338]

Важливою складовою створення позитивного іміджу держави є врахування суспільної думки та виявити, що варто посилити стратегії іміджу. Громадська думка та реакція громадян мають здатність впливати на урядові та зовнішньополітичні рішення. Важливо налагодити канали зв'язку з громадськістю, щоб отримати її думку та зворотній зв'язок, а також утворити відкритість і прозорість роботи уряду.

Моніторинг і відгуки дозволяють країнам скорегувати свої комунікаційні стратегії та діяльність для покращення позитивного іміджу та зменшення негативного сприйняття. Наприклад, якщо імідж країни погіршився через внутрішню політику чи конфлікти, моніторинг інформації дасть можливість з'ясувати ці проблеми та створити стратегії для їх вирішення. Важливу роль у сучасних міжнародних

відносинах і комунікаціях відіграє моніторинг та зворотний зв'язок щодо іміджу країни. Ефективне управління іміджем потребує розуміння внутрішнього та зовнішнього сприйняття країни, а також гнучкості та можливості створити комунікаційні стратегії на основі відгуків інших людей та громадськості. [27, с.343]

Довгостроковий підхід до іміджу держави передбачає системне та стійке утворення та управління іміджем, який не лише відображає дані події, а й має стабільний та довгостроковий характер. Це значить, що державі варто утворити довгострокову стратегію, яка окреслює, які цінності, принципи та ідеї які вона хоче просувати та як взаємодіяти зі світом.

Для того, щоб створити довгострокову стратегію важливо застосовувати соціальні комунікації, адже мас-медіа дозволяють весь час підтримувати зв'язок з громадськістю та світовими спільнотами. Дуже важливим аспектом для створення позитивного іміджу держави варто створювати довгострокові стратегії та займатися просуванням позитивного іміджу на світовій арені. Довгостроковий підхід це означає те, що країна повинна адаптуватися та змінювати картини протягом тривалого часу. Світ постійно стає кращим та змінюється та повинен відповідати новим реаліям і викликам. Довгостроковий підхід до іміджу країни через соціальні медіа є важливим для будь-якої країни, яка прагне встановити позитивні та стійкі стосунки з громадськістю та світом. Це включає в себе самоаналіз, критичність і відкритість у коментарях і спілкуванні. [28, с.3]

Комунікаційні кампанії є сильним інструментом для формування іміджу країни та мають на меті створити позитивне сприйняття її цінностей, досягнень і політики. Ці кампанії можуть бути націлені на внутрішні та зовнішні ринки та зазвичай включають кілька основних елементів:

Реклама є одним із найпоширеніших і найвпливовіших інструментів комунікації, який застосовується для створення іміджу країни. Рекламні кампанії застосовують різні засоби масової інформації і це включає телебачення, радіо, онлайн-рекламу та друковані ЗМІ, щоб розповсюджувати інформацію про країну та її успіхів. Цей інструмент має великий потенціал для створення хорошого іміджу та сприяти просуванню країни на світовій арені. Рекламні кампанії мають здатність

утворити позитивний імідж країни та звернути увагу світової аудиторії. Але важливо, щоб ці кампанії були продуманими, точними і відповідали реальній дійсності в країні. Неправильна або надмірна інформація може дійсно призвести до втрати довіри. Також важливо враховувати особливості та інтереси аудиторії, адже одна й та сама реклама має здатність по-різному розумітися різними групами. [29, с.5]

У світі, насиченому медіа-інформацією, відео стає все більш популярним і ефективною частиною для утворення іміджу країни. Вони мають сильну здатність впливати на суспільну думку та утворити позитивне сприйняття країни. У відео можуть бути зафіксовані моменти з життя країни. Це особливі відеоролики з різних регіонів і міст, які показують красу та особливість країни. Наприклад, відкриті панорами природних чудес, пам'яток архітектури та культурних фестивалів формують враження різноманітності та привабливості країни. Історичні події включаються у відеокліпи, щоб висвітлити спадщину та успіхи країни. Відео може характеризувати про важливі етапи в історії країни, підкреслюючи героїчні моменти та успіхи, які здійснюють вплив на світ. Загалом короткі ролики є потужним інструментом для створення позитивного іміджу країни. Їх можна використовувати для демонстрації культурної спадщини, історії та туристичних можливостей, а також для привернення уваги громадськості та глобальних партнерів. [29,с.4]

Плакати та брошури є важливими інформаційними матеріалами, які можна застосовувати для утворення та розповсюдження іміджу країни. Ці друковані ЗМІ дають можливість представити різні ключові частини країни та підвищити її, як сильного суб'єкта на міжнародній арені. Графіка та дизайн грають ключову роль у важливості цих матеріалів, і відповідно вони стають більш зрозумілими та простими для читачів. Ці інформаційні матеріали можна поширювати на світових виставках, в аеропортах, консульствах, туристичних ярмарка та інших публічних місцях, на яку будуть звертати увагу світова аудиторії. [29, с.6]

Сучасний світ залежить від інформації, а Інтернет, у тому числі соціальні мережі, став важливим каналом державних комунікацій та формування іміджу держави. Є кілька методів, які держави можуть використовувати для ефективного спілкування зі своєю аудиторією через кіберпростір.

Веб-сайти: офіційні державні сайти являються центром відображення інформації про країну. Соціальні мережі: соціальні мережі, такі як Facebook, Twitter, Instagram тощо, стали платформами для активного зв'язку з аудиторією. Країни можуть утворювати офіційні сторінки та профілі для зв'язку з громадянами та світовою аудиторією. Онлайн-кампанії та реклама: рекламні кампанії в Інтернеті зазвичай спрямовані на застосування різноманітних Інтернет-ресурсів, а саме банери, пошукову рекламу та відеорекламу, для розповсюдження інформації і привернення уваги глобальної аудиторії.

Утворення позитивного іміджу держави завдяки соціальним комунікаціям є дуже важливим, адже здійснює вплив на внутрішню політику, міжнародні відносини та подальшу співпрацю між державами. Сучасні засоби масової комунікації дають можливість державі поширювати інформацію, утворювати свій образ, та просувати свої власні інтереси на міжнародній арені. [30, с.950]

Для досягнення успіху в створенні позитивного іміджу держави важливо брати до уваги те, що комунікативні стратегії будуть успішними лише тоді, коли правдивими та відповідатимуть реальним подіям, адже це здійснює вплив на сприйняття держави в світі. Дуже важливим аспектом є взаємозв'язок між владою та громадянами, адже це дозволяє державі показати себе як сильну та відкриту країну, спершу чергу перед своїми громадянами. Вдале формування та управління іміджем держави дає можливість державі зміцнити своє становище на світові арені та залучитися підтримкою інших держав.

Отже, утворення іміджу держави завдяки соціальним комунікаціям є дуже важливою складовою сучасних міжнародних відносин і потребує постійного вдосконалення та покращення іміджевих стратегій, для того, щоб постійно покращувати та зміцнювати імідж держави на міжнародній арені.

2.2 Інструменти публічної дипломатії та їх впливу на формування іміджу держави

Публічна дипломатія є важливою складовою у створенні та покращенні іміджу держави на міжнародному рівні. Імідж держави характеризується не лише завдяки політичним рішенням, а також, як ці рішення розуміють громадяни, та як сприймають їх, як внутрішньо, так і зовнішньо. Публічна дипломатія базується на відкритості, взаємодії та комунікації, що дає можливість державі здійснювати вплив на сприйняття держави та визначення місця на міжнародній арені. Завдяки публічній дипломатії держави можуть вирішувати міжнародні конфлікти, шляхом співпраці та взаєморозуміння в культурному обміні. Культурний обмін дає можливість державі покращити свої культурні зв'язки з іншими державами, що покращує імідж на міжнародній арені.

Однією з основних функцій публічної дипломатії являється забезпечення передачі інформації та зв'язок з громадянами, Це означає поширення інформації про державу та її досягнення, а також обговорення різних політичних рішень. Держава може застосовувати ЗМІ для того, щоб поширювати інформацію та підтримувати постійне інформування про державу в інформаційному просторі. Публічна дипломатія являється важливою для кожної держави, адже вона допомагає активно здійснювати вплив на світову арену та захищати свої інтереси. Вона характеризується активним спілкуванням з громадянами, іноземними партнерами та закордонною аудиторією, для того, щоб сформувати позитивний імідж. [30, с.954]

Публічна дипломатія впливає на імідж держави, і робить його кращим та більш впізнаваним в світі. Це допомагає державі привернути більше інвестицій, підвищити туризм та покращити дипломатичні відносини. Публічна дипломатія має важливе значення у формуванні позитивного іміджу держави, а саме в процвітанні, стабільності та покращенні міжнародних відносин, а також дозволяє державам спілкуватися та показувати свої цінності.

Існує кілька способів з розповсюдження публічної дипломатії, зокрема:

- Удосконалення сфери туризму
- Експорт продуктів і послуг

- Пропаганда політичних рішень уряду країни у сфері зовнішньої політики, що здійснює вплив на громадськість, а також на внутрішню політику, від якої страждають міжнародні ЗМІ;

- Залучення інвестицій, іноземних бізнесменів, науковців та студентів;
- Культурний обмін та культурно-спортивний експорт.
- Привабливість політичних діячів, знаменитостей, зірок спорту. [31, с.4]

При утворенні сприятливих умов для популяризації за кордоном важливо, щоб об'єкти були зрозумілими для іноземної спільноти. Адже спроби заявити про себе і відкритися міжнародній аудиторії можуть не бути успішними. Суб'єктами публічної дипломатії є держави та дипломати, а також особи, групи та інституції, які приймають участь у культурному та комунікативному обміні, який здійснює вплив на міжнародні відносини в рамках відносин між двома чи більше державами. Зараз дуже активно обговорюють проблеми міжнародних відносин як окремі громадяни, так і неурядові організації та транснаціональні корпорації. Багато науковців звертають увагу на те, що діяльність публічної дипломатії направлена на утворення громадської думки в країні, яка, у свою чергу, дає можливість політичним лідерам затверджувати рішення, спрямовані на підтримку основних завдань держави. Ідея публічної дипломатії заключається в тому, що для досягнення широкого кола цілей, від економічних до військових, уряду необхідно заручитися підтримкою звичайних людей (як своїх громадян, так і іноземців). Адже це буде допомагати зміцнити своє становище на міжнародній арені та постійно покращувати позитивне сприйняття держави в світі. [30,с.6]

Інформаційно-комунікаційні процеси, які утворюються між країнами та суспільством, утворюють в свідомості людей позитивний образ, що здійснює вплив на потенціал управлінських функцій держави, а не лише на масової проінформованого населення.

Стратегія публічної дипломатії, яка була створена в 2021 році та базується на тому, щоб виявити, як Україна заявляє про себе в світі, визначити аудиторію та канали комунікації. Як зазначив Дмитро Кулеба, що зміцнення уявлення про Україну в світі буде відбуватися точно та послідовно. За його словами дана стратегія залишає

в основі бренд Ukraine Now, для того аби зберегти минулі комунікаційні стратегії. Дмитро Кулеба активно використовує Twitter-дипломатію і 24 лютого 2022 року на своєму акаунті о шостій ранку написав про те, що Росія почала вторгнення на територію України. Завдяки дослідженню «ЧЕСНО» було виявлено що є велика кількість депутатів, які поширюють інформацію в Твіттер та здійснюють вплив на закордонне ЗМІ та їхню цільову аудиторію. Також за ініціативи Кулеби в день незалежності України у Твіттері організували флешмоб, де залучившись підтримкою МЗС інших держав заспівали гімн України, та цим показували ставлення громадян до України.[31, с.5]

Нова публічна дипломатія, або як її по іншому трактують, як цифрова дипломатія - це термін, який застосовується для означення сучасного підходу до дипломатичних зусиль, які роблять держави у взаємодії з іноземною аудиторією та громадськістю. Вона характеризує важливість глобальних змін у суспільстві та світі, технологіях та міжнародних відносинах. Від початку повномасштабного вторгнення Україна показала себе, як сильною у боротьбі проти дезінформації завдяки комунікаційним стратегіям.

Основні характеристики нової публічної дипломатії: [32, с.12]

- Важливо підтримувати зв'язок з суспільством;
- Засоби масової інформації являються важливим інструментом спілкування з аудиторією;
- Держави підкреслюють важливість бути відкритими до змін у глобальному середовищі, а також до нових ідей та поставлених цілей;
- Акцентування на спільних інтересах, які поєднують держави, задля досягнення певних цілей та завдань;
- Нова публічна дипломатія підтримує міжнародну співпрацю та приймаю участь у вирішенні різних глобальних проблем;

Таким чином, у сучасному світі метою публічної дипломатії є утворення позитивної репутації держави. Завданням публічної дипломатії є не лише трансляція позитивної інформації про націю, а й участь у реалізації зовнішньополітичних рішень з урахуванням того, як вони вплинуть на репутацію країни. Сьогодні Twitter є одним

із таких засобів, які держава може застосовувати для зміцнення своєї присутності та впливу в Інтернеті та розповсюдження об'єктивної інформації іноземній аудиторії. Нова публічна дипломатія направлена на поширення правдивої інформації, пояснювати неправдиву інформацію та застосовувати інформацію з офіційних джерел, задля покращення місця держави в інформаційному просторі.

Публічна дипломатія являється важливою частиною міжнародних відносин, як уособлює в собі взаємодію між державами та їх представників з суспільством і засобів масової інформації для покращення взаєморозуміння та розв'язання міжнародних питань.

Інструменти публічної дипломатії:

Засоби масової інформації дають можливість державі поширювати інформацію про культуру, політику, досягнення, а також взаємозв'язок з громадянами. ЗМІ відіграють важливу роль у створенні позитивного іміджу держави та покращення її становища на міжнародній арені. Інтернет, радіо, телебачення, соціальні мережі являються важливими інструментами для розповсюдження інформації. Завдяки поширенню інформації через ці інструменти, держави мають можливість впливати на утворення публічної думки щодо держави. Імідж держави також характеризується способом, яким вона продемонстрована в світовому товаристві, і він може здійснювати вплив на відносини з іншими країнами, туризм, економіку, культурний обмін та інші складові міжнародних відносин. Засоби масової інформації мають здатність утворювати документальні фільми, репортажі та різні відео про державу, які будуть здійснювати вплив на утворення іміджу держави. Ефективне керування іміджем держави завдяки засобам масової інформації допоможе поліпшити відносини між державами та збільшити інвестиції. [33, с.15]

Культурна дипломатія є важливою складовою зовнішньої політики, яка застосовує мистецькі, культурні та освітні ініціативи, для того, щоб підтримувати відносини з державами. Організація різних виставок, фестивалів, лекцій, концертів, для представників різних держав, для того, щоб обмінятися культурою та традиціями. Також значний вплив на формуванні іміджу держави здійснюють спільні проекти між державами, які направлені на покращення культурних зв'язків. Культурна дипломатія

включає різні інструменти, такі як мистецтво, література, музика, танці, кіно, мова та освіта. Ці елементи культури застосовуються для вирішення міжнародних питань і поліпшення відносин між державами. Культурну дипломатію можна використовувати для підтримки дипломатичних зусиль з вирішення міжнародних конфліктів і розбудови миру. Застосування культурної дипломатії дає можливість країнам посилювати свою «м'яку силу» у світі, зацікавлюючи інших до своїх цінностей та ідеалів. Культурна дипломатія дає можливість утворити позитивний імідж країни, робить кращою культурну гідність і різноманітність, а також покращує більше розуміння та співпраці між націями. Це важливий інструмент взаємообміну між різними культурами, підтримки миру та стабільності у світі. [34, с.12]

Застосування соціальних мереж, таких, як Twitter, Instagram, Facebook являються важливою складовою публічної дипломатії. Політики та дипломати користуються соціальними медіа для підтримки зв'язку зі своєю аудиторією та громадянами в інших країнах. Вони поширюють повідомлення, відео, фотографії та інший вміст, щоб донести свою думку та позицію до суспільства, і цим покращити місце держави на міжнародній арені. Соціальні мережі дають можливість утворити розпочати діалог з громадськістю. Політики мають можливість давати відповіді на запитання, вирішувати проблеми та вислуховувати думку суспільства. Часто представники певної держави застосовують соціальні мережі для поширення інформації та новин, щоб здійснити вплив на думку громадян та іноземної аудиторії, щоб покращити позитивне сприйняття держави. [34]

Володимир Зеленський активно почав застосовувати Твіттер-дипломатію після повномасштабного вторгнення 24 лютого і його підписники збільшилися до 7 мільйонів, а до початку вторгнення Зеленський мав 390 тисяч. Багато постів, які поширює Зеленський відносяться до зустрічей з міжнародними партнерами та договори про допомогу, а також ситуацію, яка відбувається в Україні та примирення поширення фейків. Але як показало дослідження то він використовує Twitter менше ніж Telegram та Instagram. Також він багато постів оприлюднює англійською мовою, щоб кожен мав змогу дізнатися інформацію. Одне з важливих місць за тим, як часто згадувалися певні люди на сторінці Зеленського став президент Джо Байден,

його згадали 132 рази. Президент Еммануель Макрон і фон дер Ляєн також включені до топу.[35, с.11]

Громадські ініціативи та обговорення проблем на різних інтернет платформах, мають здатність допомогти вирішити міжнародні конфлікти та поліпшити міжнародні відносини. Соціальні мережі дають можливість державам просувати дипломатичні ініціативи, здійснювати вплив на міжнародній співпраці та вирішувати суперечки мирними засобами. Ці платформи стали важливим інструментом для спілкування, поширення інформації та впливу на глобальну аудиторію у межах сучасної публічної дипломатії. Це відкриває нові можливості та утворює нові виклики, і варто розуміти цей вплив, керувати ним і користуватися соціальними мережами з розумінням їх важливості в цифровому суспільстві. В залежності від того, як держава застосовує соціальні медіа, вони мають здатність бути потужним інструментом для утворення позитивного іміджу держави та міжнародній співпраці.

Гуманітарна допомога грає важливу роль на сучасній міжнародній арені, але це не лише надання підтримки людям, а також здатність держави допомагати тим державам, які знаходяться в кризових ситуаціях. Це утворює позитивне сприйняття держави в світі та підвищує її авторитет. Коли держава швидко й ефективно реагує на гуманітарні кризи, вона показує себе в яскравому публічному світлі. Гуманітарна допомога є важливою складовою в публічній дипломатії, адже це інструмент який дає можливість здійснювати вплив на сприйняття своєї репутації, політики та відносин з іншими державами. Вона може бути застосована для покращення дипломатичних відносин з державами. Основу для співпраці та покращення відносин, може створити надання допомоги іншим державам. [35, с.15]

Мережі відіграють важливу роль у поширенні гуманітарних ініціатив, сприяючи залученню громадськості та міжнародної спільноти до підтримки гуманітарних проектів. Гуманітарна допомога є не лише інструментом допомоги тим, кому вона необхідна, але й сильним потужним інструментом публічної дипломатії. Це дає можливість державам здійснювати вплив на сприйняття своєї політики, поліпшувати дипломатичні відносини та зміцнити свою репутацію в світі.

Гуманітарна допомога дозволяє об'єднувати держави спільною метою допомогти іншим та змінити умови життя людей, які знаходяться в складних умовах.

Економічна співпраця є важливим інструментом у публічній дипломатії та міжнародних відносинах. Підвищення економічних зв'язків і взаємозалежності між державами, має здатність утворити економічну зацікавленість у підтримці мирного та стабільного існування. Це включає інвестиції, торгівлі, економічна підтримка, спільні проекти, які грають важливу роль у створенні дипломатичних відносин. Торгівля є одним з ключових складових економічної співпраці, адже укладання торгівельних угод дає можливість збільшити економічне зростання. Економічна співпраця покращує економічну стабільність та сприяє покращенню відносин. Також інвестиції є важливою складовою економічної співпраці, бо держави, які є відкритими для нових інвестицій, які допоможуть залучити капітал для розвитку проектів інфраструктури та підвищити конкурентоспроможність. Економічне співробітництво в публічній дипломатії відіграє важливу роль у встановленні та зміцненні міжнародних відносин. Це сприяє економічному зростанню, спільному процвітанню та вирішенню глобальних проблем. Цей тип співпраці дає можливість зробити світ більш взаємопов'язаним і стабільним, а також зміцнює мир і співпрацю між країнами. [36, с.3]

Створення міжнародних конференцій займає важливе місце у сучасному світі, де проблеми міжнародного рівня та конфлікти, потребують вирішення спільними силами. Різні консультації та діалог являються важливими складовими розв'язання складних ситуацій на світовій арені. Це дає можливість державам обмінюватися досвідом, культурою, досягненнями, думками. Це також допомагає сприяти залучитися різними поглядами країн та знайти оптимальне рішення для вирішення певних проблем. Створення діалогових платформ допомагає утворити довіру та взаєморозуміння між сторонами конфліктів, адже цим можна з'ясувати, що між сторонами можливі спільні інтереси і це буде сприяти зменшенню напруги. [36,с.3]

Міжнародні конференції є важливими для створення хороших міжнародних відносин та покращення іміджу держави на міжнародній арені. Це полягає в тому що основним є те, що об'єднують світове товариство задля розв'язання конфліктів та

проблем. Участь в світових конференціях дозволяє розширити горизонти співпраці держав та покращує їх розвиток. Важливою частиною таких складових є утворення постійної атмосфери відкритості та взаємного розуміння. Адже конференція, де можна висловити свої думки та різні точки зору до певних міжнародних проблем, задля їх вирішення. Наприклад ці зустрічі можуть бути направлені на розмови про міжнародну безпеку, зміни клімату чи економічної співпраці та інші. Загалом, міжнародні конференції є важливими для покращення місця на міжнародній арені та сприяння співпраці, покращення іміджу та залучення інвестицій, розв'язання міжнародних конфліктів та глобальних проблем. [37, с.8]

Публічна дипломатія є важливою складовою створення позитивного іміджу держави, адже це охоплює різні аспекти держави, а саме культурний обмін, економічний розвиток, взаємозв'язок між держави, політичний розвиток тощо. Імідж держави створюється завдяки добре розробленими комунікаційними стратегіями, які являють собою зв'язок з громадянами та державами. Завдяки публічній дипломатії держави можуть здійснювати позитивний або негативний вплив на сприйняття інших держав та міжнародної спільноти. Публічна дипломатія є важливим елементом стратегічних комунікацій, які направлені на утворення довгострокових відносин закордонними громадянами, і характеризується, як впливання на сприйняття суспільством інших держав політики своєї країни, утворення суспільної думки за кордоном.

Зв'язок з закордонною аудиторією з ціллю ознайомитися з її національними ідеями, політикою, цінностями, ідеями і цим відбувається усунення проблем та різних непорозумінь у відносинах з державою. Публічна дипломатія це важлива складова зовнішньої політики держави, завданням якої є, створення та покращення іміджу держави та її громадян, а також здійснення впливу на громадську думку для того, щоб утворити позитивне сприйняття держави та досягти всіх поставлених цілей. Позитивна публічна дипломатія має здатність посилити розуміння та довіру до країни, а також допомогти покращити розвиток торгівлі, культурних і політичних відносин. Тому публічна дипломатія з'ясовує сприйняття світу, і важливо розуміти,

що це буде здійснювати вплив на імідж країни та подальше покращення іміджу держави. [38, с.5]

Концепція публічної дипломатії виконує такі завдання:

- Розвиток відносин з громадою, асоціаціями та іноземними ЗМІ;
- Покращувати імідж, утворювати проекти, які поширюють за кордоном;
- Координація, підтримка та фінансування владою дій, спрямованих на поширення іміджу України у світі.

2.3 Роль засобів масової комунікації в регулюванні інформаційного простору

У сучасному світі засоби масової інформації виконують важливі функції для формування позитивного іміджу. Це означає постійний моніторинг та поширення інформації про держав та її досягнення для громадян і органів влади. Ця інформація буде містити не лише фотографії певних фактів, а також коментарі ЗМІ та оцінка ситуації. Інформація є не лише можливістю спілкування, а також здійснення впливу на різні канали зв'язку. Для того щоб успішно позиціонувати на світовій арені необхідно постійно надавати інформацію про дії держави, покращувати свій імідж та його елементів іміджу.

Імідж держави також означає постійний моніторинг, утворення та поширення завдяки засобам масової інформації різної інформації про державу, а саме економіка, культура, ресурси, історія, наука тощо. Адже саме хороша робота засобів масової інформації утворює загальну думку про державу на міжнародному рівні. Утворення міжнародного іміджу держави залежить від діяльності, спрямованої на захист і її інтересів на міжнародній арені, а також від постійного поширення інформації для світової спільноти про, економічні, географічні, геополітичні та інші важливі аспекти держави, які є важливими для іміджу держави. [39, с. 15]

Засоби масової інформації завжди будуть здійснювати вплив на утворення образу держави в світі, адже це є важливо поширювати інформацію, для того щоб ділитися власними досягненнями. Засоби масової комунікації є ключовим посередником між політичною частиною держави та суспільства. Вони можуть

працювати разом із громадянським суспільством, яке хоче бачити владу, які знають фундаментальне місце людей у державній політиці, економіці та інших сферах життя, важливих для суспільства. Адже ставлення громадян до власної держави є дуже важливим.

Засоби масової комунікації, а саме телебачення, інтернет, радіо та різні платформи займають важливе місце в інформаційному просторі. Вони характеризують те, як держава розуміється громадянами та міжнародною спільнотою. Також за допомогою засобів масової комунікації утворюють публічну думку, здійснюють вплив на стереотипи та сприйняття держави в світі. Хороше застосування цих засобів дає можливість державам утворити позитивний імідж, розповідаючи про свої досягнення та державні цінності. [39, с.14]

Контроль інформаційного простору завдяки засобам масової комунікації також уособлює в собі постійний контроль за поширенням фейків та неправдивої інформації, що мають можливість впливати на утворення образу. Державі варто активно приймати участь в моніторингу роботи засобів масової комунікації та підтримувати їх. Імідж державної влади утворюється під час політичної комунікації, завдяки введенню в масову свідомість образів політичної тематики, що будується завдяки політичній рекламі, пропаганди та прийомів політичного PR, які застосовуються в ЗМІ. [40, с.2]

За допомогою масовій комунікації держава має здатність поглянути на себе з боку, звернути більше уваги на свій сучасний імідж і відношення до себе інших держав, а також з'ясувати помилки та нові можливості виявлення та розповсюдження позитивних складових свого іміджу. ЗМІ є важливою складовою, навіть зброєю, яка може безпосередньо впливати на ефективні особливості іміджу держави, а саме здійснювати вплив на завдання та програми головних діячів держави, що держава має на меті досягти завдяки утворенню іміджу. Засоби масової інформації та преса являються тією силою, яка утворює імідж, що добре чи погано здійснює вплив у період усього часу перебування в міжнародній інформаційній сфері. Добре сформована інформаційна політика, яка уособлює в собі правильне застосування

засобів комунікації, має можливість відновити повністю імідж держави, або взагалі погіршити його, через неправильні дії.

Засоби масової комунікації грають важливу роль у створенні іміджу держави в інформаційному середовищі. Основні аспекти ролі засобів масової комунікації в формуванні іміджу держави:

Інформаційне представлення є важливою складовою у створенні іміджу держави, адже завдяки цьому держава показує свої досягнення, цінності, культуру та інші, за допомогою яких різним каналам комунікації. На сьогодні дуже широко використовують соціальні мережі де державам слід активно підтримувати зв'язок з громадянами та світовою спільнотою. Вона розповсюджують інформацію, підтримують зв'язок з суспільством та покращують імідж держави на міжнародній арені. Країни можуть користуватися консультаціями, заходами для того, щоб представити свої інтереси. Можливість держави добре показати себе в інформаційному середовищі допомагає визначити наскільки держава є впізнаваною та як її сприймають на міжнародному рівні. Інформаційне представлення передбачає не лише утворення хорошого іміджу, а також поширення справжніх досягнень держави. Важливою складовою є вміння підлаштовуватися до сучасних тенденцій, а також підготуватися до того, щоб уникати розповсюдження неправдивої інформації, яка буде відрізнятися від реального стану. Хороша співпраця з міжнародними засобами комунікації є важливою для іміджу держави, адже поширення інформації за кордоном про державу дає можливість повідомити про свою історію та особливість для міжнародної спільноти. [41, с.5]

Інформаційна безпека являється важливою частиною для позитивного створення іміджу держави в сучасному світі. Дуже важливо постійно контролювати дезінформацію, кібератаки, захистити конфіденційну інформацію, адже це все впливає на репутацію та місце держави на міжнародній арені. Варто зауважити, що імідж держави утворюється в якійсь мірі в інформаційному середовищі, а тому будь що може здійснити вплив на ставлення до певної держави та її репутацію. Кібератаки є одними з головних загроз для інформаційного простору, адже доступ до

конфіденційної інформації, а саме військові та державні таємниці, може зіпсувати імідж держави та зіпсувати міжнародні відносини та погіршити становище держави.

Дезінформація є важливою частиною інформаційної безпеки, адже поширення неправдивої інформації або замовчування тієї чи іншої ситуації, призведе до того, що довіра в очах світової спільноти та громадян держави значно погіршиться. Тому важливо розроблять спеціальні стратегії та програми для того, щоб запобігати дезінформації. Державі важливо поширювати лише правдиву інформацію, адже цим держава може залучитися більшою підтримкою з боку міжнародної спільноти, і цим покращити своє місце на міжнародній арені. [42, с.7]

Залучення громадян до розв'язання проблем інформаційної безпеки є важливою частиною. Налагодження ефективних механізмів зворотного зв'язку та підтримування зв'язку з громадськістю дає можливість вчасно реагувати на потенційні загрози та підвищує довіру між державними представниками та громадянами. У сучасному світі, де інформація стала сильним ресурсом, інформаційна безпека іміджу країни характеризується її вмінням адаптуватися до викликів цифрової епохи. Якщо брати до уваги ці аспекти, то це дає можливість державам ефективно володіти своїм іміджем та постійно покращувати рівень довіри в інформаційній сфері.

Важливою складовою зовнішньої політики держави являється взаємозв'язок завдяки засобам масової комунікації з світовою спільнотою, адже значна частина вражень, які утворюються про певну державу базується на інформаційній діяльності. Масова комунікація допомагає створити позитивний імідж країни в очах інших країн. Добре створений імідж може збільшити підтримку дипломатичних ініціатив, утворюючи відповідний контекст для міжнародних переговорів. ЗМІ також мають здатність допомогти країні дійти до глобального визнання та зайняти важливе місце на світовій арені. Застосування засобів масової комунікації для того щоб постійно підтримувати зв'язки з світовою спільнотою є важливою частиною зовнішньої стратегії держави, які направлені на покращення іміджу та підтримки міжнародних відносин. [43, с.9]

Важливою частиною сучасних міжнародних відносин являється моніторинг громадської думки завдяки засобам масової комунікації. Спостереження за громадською думкою завдяки ЗМІ дає можливість представникам влади переглядати реакцію громадян на різні рішення та ініціативи держави. Це буде допомагати державі створювати комунікаційні стратегії з урахуванням громадської думки для того щоб покращувати сприйняття держави. Також важливо звертати увагу на утворення неправдивої громадської думки, яка має можливість з'явитися через засоби масової комунікації.

Постійний моніторинг повинен бути об'єктивним, для того щоб точно аналізувати суспільну думку. Постійне поширення коментарів, новин, та застосування соціальних мереж буде відкривати нові можливості для держави в розумінні того, як громадяни сприймають державу. Масова комунікація стає основою взаємозв'язку з населенням та державою, адже постійний зв'язок з громадянами дає можливість державі залучитися підтримкою та покращити місце держави в очах власних громадян. ЗМІ займають важливу роль у спостереженні за думкою, даючи можливість владі не лише спостерігати за реакцією громадськості, а й підтримувати зв'язок з нею для з'ясування більш ефективних і прийнятних рішень. [43, с.28]

Засоби масової інформації є важливою частиною під час утворення позитивного іміджу держави, адже вони не лише розповсюджують інформацію, а також здійснюють вплив на сприйняття держави на міжнародній арені. Засоби масової комунікації зосереджуються на різних аспектах держави та поширюють інформацію на світовій арені для покращення іміджу держави. Державі важливою співпрацювати з ЗМІ адже вони можуть поширювати як позитивну інформацію, яка буде добре впливати на імідж держави, так і негативну інформацію, яка буде базуватися на недоліках та проблемах. Ефективне використання засобів масової комунікації дозволяє владі привернути увагу суспільства до обраних проблем і сформуванню позитивний імідж для внутрішнього та міжнародного сприйняття. ЗМІ стають не лише засобом, який поширює інформацію у світ подій, а й потужним інструментом управління іміджем держави та впливу на сприйняття громадськості та суспільства в цілому. [44, с.33]

У суспільстві природним є вплив держави на ЗМІ для того, щоб використати їх можливості для з'ясування поставлених перед ними завдань. Державі слід бути важливим фактором регулювання ЗМІ та свободи слова, але варто знати межу у цій сфері, тому що це може призвести до того, коли держава контролює ЗМІ і транслює, те що їй вигідно, і також до того, що буде поширюватися неправдива інформація.. Імідж державної влади утворюється в процесі політичної комунікації, і в висновку донесення в масову свідомість образів політичної тематики, що будується завдяки політичній реклами, пропаганди та прийомів політичного PR, що застосовуються в ЗМІ.

Забезпечення громадян інформацією про рішення держави, новини, дій влади є важливим для позиціонування держави, як відкритої. Засоби масової комунікації дають можливість громадянам держави та закордонній аудиторії відслідковувати, як позиціонує держава на світовій арені. Вони з'ясовують наше сприйняття світу, формують наші погляди та відносини між державами. Розвиток технологію характеризують роль мас-медіа для формування позитивного іміджу та показують важливість сучасних засобів комунікації. [44, с.25]

Можна зробити висновок, що завдяки засобам масової інформації можна змістовно формувати інформаційні складові іміджу держави в певній цільовій аудиторії. ЗМІ займають важливу роль у формуванні та управлінні іміджем країни. Вони мають сильний вплив на суспільне сприйняття політики, лідерів і культури країни. Інформаційні майданчики створюють здатність підкреслити певні аспекти та сформувати позитивний чи негативний стереотип. Ефективне застосування цих інструментів дає можливість владі здійснювати вплив на громадську думку, формувати позитивний імідж та сприяти внутрішній стабільності та покращенню іміджу держави.

РОЗДІЛ III. ВПЛИВ КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ УКРАЇНИ

3.1 Аналіз міжнародного іміджу України в сучасних умовах

Міжнародний імідж України являється ключовою складовою її комунікації з світовою спільнотою. Створення позитивного іміджу України в очах міжнародної спільноти є важливим завданням, адже висвітлення негативних аспектів про державу погано впливає на подальші дії міжнародної спільноти. Росія з 2014 року активно поширює неправдиву інформацію в світ, а саме те, що це « держава, яка не здатна існувати самостійно», і цим намагається знищити імідж України на міжнародній арені. Але після російського вторгнення, Україна продемонструвала себе, як сильна та самостійна держава, яка захищає свою територію та є могутньою і впорається з усіма труднощами. На сприйняття України в світі, значно вплинуло вторгнення, адже Україна та українці показали, що вони сильні, а також показали свій європейський вибір. [45, с.7]

Імідж України стрімко позитивно збільшився, адже в очах закордонної аудиторії, держава показала себе як сильна та демократична держава, але нажалі це відбулося через вторгнення та агресію Росії в якій Україна повинна вистояти та захистити свої кордони. Велика кількість різних факторів вплинула на швидке поширення цієї інформації в інформаційному просторі, а саме соціальні мережі, засоби масової комунікації та різні медіа платформи тощо. Завдяки поширенню інформації про військовий конфлікт на території, Україна показала свою сміливість та підтримку українців зі спільною метою йти до перемоги. Застосування інформаційних технологій значно підсилило розповсюдження інформації про стан в якому перебуває Україна та залучитися підтримкою міжнародної спільноти, адже це значно покращило сприйняття України в світі та мабуть сьогодні є мало держав, які б не знали про Україну. Також Україна являється брендом та символом свободи в 21 столітті. Отже, міжнародний імідж України в сучасних умовах займає важливе місце

в світі, адже через російське вторгнення життя кожного українця дуже змінилося, та й загалом значно змінилося уявлення та образ України. [45,с.8]

Міністерство Закордонних справ України є важливою частиною формування іміджу України, адже його завданням є поширювати інформацію в світі та здійснювати вплив не сприйняття іншими державами. Адже це дуже важливо поширювати позитивну інформацію про ситуацію в Україні та показувати себе в кращому світлі. Міністерство закордонних справ відповідає також за залучення допомоги для України на підтримки держав задля перемоги в війні. Загалом Міністерство закордонних справ займає ключову роль у створенні та управлінні міжнародним іміджем України за допомогою дипломатичних, інформаційних та економічних інструментів. [46, с.12]

Світ спостерігає за подіями, що відбувається в Україні та як український народ відстоює свої права та свободу, захищає свою територію та бореться з російською агресією. Україна є прикладом сильної держави для міжнародної спільноти, адже намагається відстояти свою територію та протидіяти авторитарним режимам. Україна являється символом стійкості і це надихає багатьох інших держав, які є під впливом авторитарних режимів, задля того, щоб відстоювати своє місце в світі. Збройні Сили України показали свою силу та мужність у війні за територію та грають важливу роль у формуванні уявлення про Україну на міжнародній арені.

2022 рік став важким для України та українців, адже через початок війни проти Росії, Україні необхідно було вистояти проти агресора, показати свою силу, мужність, та здатність відстоювати свої кордони. Україна показала усьому світу, як важливо боротися за свою територію та громадян, держава продемонструвала свою силу та успіхи в протистоянні ворогу, і цим залучилася підтримкою світової спільноти та покращила уявлення про Україну. Дослідження показало, що довіра, повага та підтримка значно збільшилися до України, і це відобразилося на індексі глобального визнання України, адже він збільшився на 44%. Хоча війна завдала багато труднощів та страждань для українських громадян, але це сформувало новий світогляд для України. [47, с.2]

Україна є прикладом того, як не зважаючи на труднощі та складнощі, держава все ж намагається розвиватися заради перемоги. Здатність України боротися за демократію та цінності здійснила вплив та надихнула весь світ, що позитивно вплинуло на сприйняття України. З того часу, як Україна здобула незалежність вона пройшла багато викликів та перешкод, які зробили її сильною та рішучою до вирішення різних складних ситуацій. Проте українці продемонстрували неймовірну волю та силу у своєму прагненні до життя в вільній державі без війни.

Завдяки проведеному опитуванню в 2022 році президент Володимир Зеленський, залучився величезною підтримкою з боку світової спільноти. 24 лютого 2022 року життя кожного українця змінилося, адже дуже складно було прийняти той факт, що ведуться бойові дії на території України. Володимир Зеленський залучився великою підтримкою від своїх громадян, адже він показав себе як чесним, відкритим та порядним політиком, який задля перемоги в цій війні буде робити все, що необхідно. Зараз розповсюджується переважно позитивна інформація про президента України, і це здійснює значний вплив на уявлення про державу, адже це означає, що Україна сильна держава з президентом, який бореться за українців та територію. [48, с.6]

Від повномасштабного вторгнення 2022 року, Україна являється однією з популярних тем для обговорення на різних платформах. Держава привернула до себе увагу світової аудиторії, яка обговорює ситуацію з вторгненням Росії у соціальних мережах, новинах, зустрічах тощо. Закордонні ЗМІ активно транслюють події, які відбуваються на території України, і це являються важливою темою для обговорення по всьому світі. Завдяки різним комунікаційним платформам, міжнародна спільнота має можливість дізнаватися інформацію про події на території держави та уникати дезінформації. Завдяки цьому Україні залучається підтримкою закордонної аудиторії у боротьбі проти російського вторгнення та допомагає позиціонувати себе як сильну державу.

Відмову від спільної праці з RT також оприлюднили такі соціальні мережі, як Meta, яка заборонила застосування цієї соціальної мережі в Росії. YouTube, TikTok, Microsoft оголосили про припинення співпраці з мережею після повномасштабного вторгнення. Компанія Apple також відмовилася від застосування RT в додатках за

межами території Росії. Але все ж, як би світ не намагався протидіяти інформаційному ресурсу RT, вони утворюють нові сторінки та просувають російську пропаганду в світі. [49, с.8]

Мобільний додаток «Дія» являється особливим проектом не лише для України, а й цілого світу, адже Україна є четвертою державою в Європі, та 10 в світі, в якій люди мають доступ до важливих документів в смартфоні. Особливістю, яка заявила під час вторгнення Росії на територію України, є цифровий документ під назвою «єДокумент», який являється важливим для кожного українця. Адже війна застала кожного громадянина дуже неочікувано, і з'явилося дуже багато біженців, переселенців, людей які втратили документи, домівки, майно. Це дозволяє кожному українцю зберегти власні дані, та залучитися підтримкою влади в умовах війни. Це впливає на сприйняття громадян держави, поліпшує імідж України та збільшує комунікаційні зв'язки з іншими державами для покращення уявлення про Україну. [49, с.11]

Україна змінила свою позицію в світі та покращила сприйняття в світовій спільноті. За досить короткий проміжок часу Україна покращила свій образ в світ, але нажалі через воєнні дії на території держави. Україна показала всьому світу, що вона здатна протидіяти агресії з боку Росії. Це все відбулося завдяки Збройним Силам України, представникам влади, українцями та спільними зусиллями намагаються протидіяти ворогу та його діям. Україна знаходиться в увазі закордонних засобів масової комунікації від початку вторгнення. Публікації в закордонних ЗМІ в соціальних медіа, збільшився в рази, адже війна зруйнувала життя багатьох людей. Здійснена атака російськими військами під час візиту закордонних журналістів активно поширювалися в мережі, відео з зруйнованими будинками, інфраструктурою, кількість вбитих українців, це все шириться в інформаційному просторі. Також було визначено, що встановлено рекорд на пошук в Google з запитом Україна, а також Ілон Макс в мережі почав активно розповсюджувати інформацію про ситуацію в Україні та активно обговорюватися міжнародною аудиторією. [50, с.5]

В Словаччині коли відбувалося голосування парламентські вибори то перемогу взяла партія, яка являється проросійською та має назву SMER-SD. Вважають, що це

є не досить хорошою новиною для України, адже Роберт Фіцо виступає за те, щоб не надавати Україні зброю. За підрахунками було з'ясовано, що приблизно 23 відсотки голосів отримала ця партія. Роберт Фіцо вважає, що ситуація в Україні це звичайний конфлікт і що це не стосується Словаччини. Він навіть виступає проти того, аби зброю провозили через територію Словаччини, хоча ці дві держави об'єднуються автошляхами і залізницями. Також він вважає, що санкції проти Росії від Європейського Союзу не є важливими і нібито приносять школи для економіки Словаччини. Він виступає за те, що Україні варто створити переговорчі процеси з Росією, адже вона не виведе свої війська з української території. Проте не існує жодної гарантії, що дії Роберта Фіцо підтримають у парламенті. [51, с.7]

Імідж України та українського народу, образ який утворився в світовій спільноті являються одним з важливих завдань до України. Адже це буде впливати на підтримку з боку держав та кращого сприйняття. У сучасному світі де глобалізація займає важливе місце, імідж України займає важливе місце. Однією з сильних сторін іміджу України є культурна спадщина, адже має багату історію, музику, мистецтво, літературу тощо. Це утворює позитивне уявлення про державу та відкриває нові можливості для закордонної аудиторії отримати нові можливості для покращення власного розвитку.

Україна перебуває в центрі уваги в міжнародному інформаційному просторі, і це має як негативний так і позитивний вплив. Адже з одного боку держава показує свою силу та могутність у протидії ворогу, а з іншого боку це впливає на подальші інвестиції та міжнародну співпрацю. Важливою частиною успішного сприйняття держави на міжнародній арені являються українці, які об'єднали зусилля та показали активні дії в підтримці один одного та жагу до перемоги. Це демонструє світу, що українці сміливі та сильні та пройдуть усі проблеми в звільненні своєї території від окупантів. [52]

Це призвело до певних змін в міжнародному іміджі України, адже держава, яка асоціювалася з поганим уявленням та різними стереотипами, все більше і частіше привертається до уваги закордонною спільнотою. Україна має важливе місце на міжнародній арені та має здатність приймати участь в різних важливих рішеннях у

розв'язанні глобальних проблем. Україна – це держава з своїм власним та особливим досвідом, а тому з кожним роком імідж України займає все краще місце на міжнародній арені.

Україна основну увагу направила на розповсюдженні точної та правдивої інформації про воєнні дії на території держави, щоб змінити стереотипи, які утворилися та розповсюджувати лише правдиву інформацію. Це допомогло Україні залучитися підтримкою та розумінням від світової спільноти та покращити свій імідж. Дуже важливий чинник, який сприяв позитивним змінам в іміджі України – це, те що держава активно приймала участь у міжнародних справах та ініціативах. [52, с.9]

Міжнародний імідж України відіграє ключову роль у покращенні партнерства, розвитку туризму та збільшенні іноземних інвестицій. Це питання стає все більш важливим у контексті глобалізації та інформаційної ери, коли перше враження про Україну утворюються не лише через офіційні канали, а й через соціальні мережі та міжнародні засоби масової інформації. Однак під час подій на політичній арені та економічних викликів, міжнародний імідж України також зіткнувся з проблемами. Нестабільність і конфлікти впливають на сприйняття країни міжнародною спільнотою. Для поліпшення свого міжнародного іміджу Україна має показувати позитивні політичні зміни, стабільність в економіці та безпеку в середині держави.

Важливими складовими успішного позиціонування в світі та покращення іміджу України, є: [52, 7]

- Утворення особливого образу на міжнародній арені, задля того, щоб успішно покращувати імідж;
- Підтримка взаємозв'язку з власними громадянами та закордонною аудиторією;
- Вплив на поширення дезінформації, адже висвітлення реального стану подій, являються дуже важливими для подальшого сприйняття України;
- Покращувати іміджеві стратегії для подальшого успішного позиціонування на світовій арені;

- Застосовувати засоби масової інформації з метою інформування світу про події під час вторгнення Росії на територію України; [53, с.12]

Отже, сприйняття України на міжнародній арені є позитивним, адже її сприймають, як сильну державу, яка має сильних духом громадян, які борються за свою свободу. Незважаючи на складну ситуацію в державі, вона усіма силами намагається покращити своє становище на світовій арені. Завдяки добре сформованим стратегіям, можна побудувати позитивну репутацію в світі.

3.2 Оцінка ефективності комунікаційних стратегій України

У сучасних умовах, де інформація займає дуже важливе місце, оцінка комунікаційних стратегій України є важливою складовою сучасних міжнародних відносин. Україна має дуже обширну історію, та досить складну політичну ситуації на даний момент, і багато уваги приділяє тому, яке місце займає Україна на міжнародній арені.

Застосування різноманітних соціальних мереж, задля того щоб досягти широкої аудиторії є дуже важливим для кожної держави. Ефективна стратегія повинна містити онлайн платформи, на який буде поширюватися позитивна інформація. Адже саме на цих платформах можна комунікувати з громадянами та проводити моніторинг, задля покращення комунікаційних стратегій. Комунікаційні стратегії України мають ґрунтуватися на прозорості, відкритості та позитивних частинах, щоб утворити позитивний образ на світовій арені.

У 2003 році українська влада почала формувати спеціальну програму для формування позитивного сприйняття держави в світі. Ця програма була спрямована на розповсюдження інформації для міжнародної спільноти, розроблення спеціальних стратегій та висвітлення позитивної інформації, яка буде поширюватися завдяки засобам масової комунікації. А в 2009 році була утворена ще одна програма, яка була направлена на покращення відносин з державами, з'ясування як Україна позиціонується в очах міжнародної аудиторії та які програми використовуються іншими державами для просування іміджу. [52]

В цьому документі було описано, що важливо допомогти Україні в створенні комунікаційних стратегій, що дають можливість упереджено реагувати на дезінформацію в боротьбі проти російської пропаганди. Також були утворені спеціальні стратегії задля того щоб забезпечити активне поширення інформації задля побудови позитивного іміджу України. Як відомо, ці стратегії здійснили позитивний вплив на імідж та зміцнили його.

Дуже активно почали утворюватися комунікаційні стратегії для покращення іміджу України в 2014 році, через російське вторгнення на територію держави, задля того, щоб висвітлювати правдиву інформацію про ситуацію в Україні. Адже активно поширювалася дезінформація з боку Росії, задля того щоб залучитися підтримкою інших держави проти України. Також були утворені спеціальні реформи, задля покращення взаємозв'язку з ЗМІ, щоб залучитися їх підтримкою. Адже дуже важливу роль грають засоби масової комунікації в формуванні позитивного сприйняття України, бо важливо контролювати, яку саме інформацію поширюють в міжнародну спільноту.

У 2015 році було утворено Управління публічної дипломатії, яке було направлене на роботу в сфері іміджу, інформаційної політики, культури. Це означало постійний моніторинг засобів масової інформації, утворення конференцій, різних проектів, круглих столів, на яких обговорювалося взаємозв'язок з медіа та світовими організаціями. Головними завданнями цієї стратегії було поширення знань про українську культуру, мову, мистецтво, які транслювалися для закордонної аудиторії, задля того, щоб покращувати уявлення про Україну та її імідж на міжнародній арені. [52]

Концепція популяризації, яку було утворено в кінці 2016 року, яка спрямована на просування України на міжнародній арені та в інформаційному просторі, задля того щоб держава продемонструвала світу свою історію, культуру та можливість бути надійним партнером. Завдяки цій програмі Україна покращила свою обізнаність в світі та цим залучила більше туристів. Але все ж стратегії поширення бреду України в світі, не були до кінця добре сформованими. [52]

Ukraine now це найбільша міжнародна маркетингова програма, яка направлена на створення бренду Україна, інвестиційного залучення та поліпшення туризму. Україна зараз це те, що привертає дуже багато уваги закордонної аудиторії, адже українці показують свою силу та мужність боротися за свою територію та відстоювати свої права. Звідки цій програмі Україна мала можливість поширювати позитивну інформацію в інформаційний простір, залучитися підтримкою закордонної аудиторії та впевнено вирішувати проблеми пов'язані з російським вторгненням.

Концепція стратегічних комунікацій, яка була затверджена в 2017 році та направлена на формування позитивного іміджу України, ефективного взаємозв'язку з українцями, зв'язку з засобами масової інформації, задля просування власних інтересів на світовій арені. Також ця стратегія базується на тому, що вона допомагає протидіяти інформаційним загрозам, що дає можливість швидко реагувати на неправдиву інформацію та висвітлювати справжню. Ця стратегія застосовує активну мережу інтернет, з ціллю отримати та передати інформацію, яка поширюється в інформаційному просторі. Соціальні мережі, інтернет та різні платформи дуже часто застосовуються для дезінформації, а тому ця стратегія направлена на протидію цьому. [53, с.1]

Український інститут був сформований на початку 2017 року для того, щоб створювати імідж України для закордонної аудиторії. Завдання цього інституту було формування позитивної думки про Україну закордоном, просування української мови, інформування закордонну аудиторію про діяльність державної влади та поліпшення сприйняття держави в інформаційному просторі. Інститутом було сформовано спеціальні опитування, які були направлені на з'ясування, як сприймається Україна за кордоном і це показало, що певна частина сприймає Україну, як країну з війною та проблемами, а інша частина описує Україну, як сильну та могутню державу, яка впорається з усіма труднощами та захистить свою територію від вторгнення Росії. Погана репутація в світі відображається на сприйнятті закордонною аудиторією та бажанням підтримувати її, а тому важливо займати позитивне місце в світі. [53, с.5]

В 2020 році було створено комунікаційну стратегію України, яка була направлена на утворити сприятливі умови для популяризації держави в світі, покращення відносин з державами, формування позитивного іміджу та протидія російській агресії. Ця стратегія була створена задля того, щоб позиціонувати Україну, як сильну та незалежну державу, яка бориться проти російської агресії та покращує своє місце в міжнародного просторі. Україна прагне миру, адже це є основою для успішного позиціонування на міжнародній арені та покращення іміджу держави.

Рамштайн у політиці – це зустрічі міністрів оборони певних держав світу з ціллю здійснити обговорення та збільшити зусилля щодо надання військової допомоги для України. Тобто це означає, що на цій зустрічі представники різних держав обговорюють те, яку зброю будуть давати Україні для того, щоб швидше вивести війська з території України. Також надають перевагу обговорити питання, як підтримати Україну після закінчення війни та яку допомогу надавати. Загалом відбулося вже 17 зустрічей на сьогоднішній час в форматі Рамштайн за допомогою яких Україна має більше можливостей вистояти в війні проти Росії. [54,с.2]

Стратегія комунікації з питань європейської інтеграції України від 2022 року до 2026 створена з метою формування в європейському та українському середовищі підтримки повноправного членства України в Європейському Союз. Покращення економічного, політичного та культурного середовища та поліпшення внутрішніх реформ, задля того, щоб покращити імідж України та отримати вільний доступ до України. Головною ціллю вступу України до Європейського Союзу являється можливість становлення України на один рівень з європейським державами. Це також буде позитивно впливати на імідж держави та загальне уявлення в світі. [55, с. 12]

У березні 2023 року на полях саміту G-20 були представники Китаю та Росії. Китай виявився єдиною державою, яка не засуджувала Росію в вторгненні на територію України, але Китай зазначив, що буде працювати задля відновлення миру. На саміті з 19 по 21 травня G7 в Хіросімі були держави «Великої сімки», представники Європейського Союзу, а також Володимир Зеленський. Раніше сюди також входила Росія, але від 2014 року її було виключено з цієї групи. Країни Великої Сімки продемонстрували свою підтримку щодо України, а саме те, що будуть всіма

способами намагатися вводити санкції проти Росії задля перемоги України. Вони також зазначили, що Росії необхідно вивести війська з території України, а Китаю варто здійснювати підтримку миру основуючись до Статуту ООН про територіальну цілісність. [55, с.5]

Присутність президента Володимира Зеленського в інформаційному просторі значно збільшилася з початком вторгнення Росії на територію України. Зеленський щодня оприлюднює відео матеріали та статті щодо результатів діяльності влади у боротьбі проти російського вторгнення. Його промови привертала увагу всього українського народу та закордонної аудиторії та цим він залучався їх підтримкою. Зеленський виступає перед закордонними парламентами по всьому світу та намагається залучитися їх підтримкою та розповідати про стан подій в Україні.

Від початку повномасштабного вторгнення Україну попри ризики відвідало багато політиків з різних держав. Володимир Зеленський намагається залучитися підтримкою для армії під час їх візитів, а не лише задля того, щоб просто подивитися на ситуацію в Україні. Першим відвідав Україну від 24 лютого 2022 року прем'єр міністри Словенії, Чехії, Польщі. Під час відвідування України Джонсон надав пакет допомоги військової. Також представники таких держав, як Латвія, Естонія, Литва Данія, Румунія, Франція, Фінляндія та інші також приїжджали до України з пакетом нової військової допомоги.[56, с.3]

Позитивне формування іміджу держави є завданням, як української влади, так і громадян. Адже Україна сприймається на сьогоднішній час, як країна в якій ведуться бойові дії, та яка бориться за свою свободу. Образ який формується в світі про українську державу та її громадян займає важливе місце у формуванні позитивного іміджу. Адже уявлення про державу формується закордонною аудиторією тому важливо постійно покращувати комунікаційні стратегії та співпрацювати з засобами масової комунікації для позитивного уявлення. Образ держави – це основа, яка визначає загальне уявлення про державу в світі.

3.3 Стратегії вдосконалення іміджу України за допомогою комунікаційних технологій

Розробка стратегій покращення іміджу України, завдяки комунікаційним технологіям важливе завдання для успішного позиціонування на міжнародній арені. Україна має можливість застосовувати технології для того, щоб розповсюджувати позитивну інформацію. Адже сучасний імідж базується не тільки на офіційній інформації про дії уряду, а також завдяки соціальним мережам, де можна знайти багато інформації про державу. Утворення хорошого іміджу та уявлень, допоможе залучитися підтримкою та покращить ставлення до України.

Комунікаційні стратегії України можуть розроблятися за певними етапами:

- Проаналізувати в якому стані перебуває імідж на сьогоднішній час:

Це означає з'ясувати в якому стані перебуває імідж та в якому світі розширюється інформував закордоном, в позитивному чи негативному. Також на цьому етапі важливо визначити голову аудиторію та з'ясувати, як вони сприймають Україну та яку інформацію поширюють.

- Окреслити головні цілі стратегії:

А саме сформувані головні цілі, які Україна бажає досягти протягом певного періоду та сформувані план дій та відповідні стратегії для досягнення цього. Важливо, щоб цілі були конкретними та реалістичними, адже задля того, щоб досягти успіху необхідно свідомо ставити цілі та впевнено працювати над цим. Цілі можуть бути різними, наприклад залучення підтримки закордонної аудиторії та засобів масової комунікації. [54, с.5]

- Створення повідомлень та спеціального контенту для покращення іміджу України:

Сучасне суспільство потребує не лише звичайного інформування, а також утворення різних відеороликів, текстів, графіки, дизайну для того, щоб було цікаво переглядати ту чи іншу інформацію. Також цей етап потребує активного застосування соціальних мереж, адже там можна висвітлювати інформацію та аналізувати, як аудиторія реагує на ту чи іншу інформацію про Україну. Добре розроблені інформаційні потоки, які поширюються в інформаційних простір потребують добре продуманого формування цілей. Уміння доступно представити економічні, політичні,

культурні, наукові чи спортивні досягнення, є ваговою складовою успішного позиціонування України в міжнародному просторі. [55, с.3]

- Застосовувати соціальні мережі України, для взаємозв'язку з аудиторією:

Українській владі важливо приділяти соціальним мережам значну увагу, через воєнні дії на території України внаслідок вторгнення Росії. Адже російська пропаганда здійснює певний вплив на формування образу України. Важливо стабільно поширювати інформацію про події в Україні та залучитися підтримкою засобів масової інформації. Також на цьому етапі важливо залучити аналітиків, які будуть спостерігати за реакціями аудиторії та як змінюється становище держави на міжнародній арені. [56, с.7]

- Взаємозв'язок з закордонними засобами масової інформації

Співпраця з закордонними ЗМІ є дуже важливою на сьогодні, тому що це формує уявлення про державу під час війни на території України. Україні важливо запрошувати міжнародних ЗМІ та організовувати інтерв'ю, для того щоб продемонструвати в якому складному стані перебувають українці та держава. Це дасть можливість Україні показати правдиву інформацію та бути чесно та відкритою для журналістів і завдяки цьому залучитися підтримкою та зацікавленістю. [57, с.17]

- Розвиток відносин з іншими державами:

Взаємозв'язок з іншими державами та організаціями є важливою частиною сучасного міжнародного простору. Завдяки співпраці можна обмінюватися ідеями, досвідом, можливостями, проблемами в яких потрібна допомога тощо. Такий зв'язок дозволяє Україні представити свою особливість та зайняти важливе місце на світовому рівні. Покращення міжнародних відносин з державами стане вагомим інструментом, щоб розвіяти стереотипи, які є в інформаційному просторі та покращити імідж України. Для України зараз вкрай важливо все більше залучати підтримку до себе, адже через вторгнення Росії на територію держави, дуже важливою є підтримка міжнародної спільноти та покращення відносин. [58, с.12]

SWOT-аналіз комунікаційних стратегій іміджу України

<p>Сильні сторони</p> <ul style="list-style-type: none"> - активна громадська участь в соціальних мережах - велика кількість інформаційних ресурсів - культурна різноманітність 	<p>Слабкі сторони</p> <ul style="list-style-type: none"> - розповсюдження фейків та неправдивої інформації в мережі - комунікаційні стратегії - обмежена інформаційна відкритість
<p>Можливості</p> <ul style="list-style-type: none"> - застосування інформаційних технологій для поліпшення зв'язків з суспільством - утворення сучасних комунікаційних технологій - розвиток інформаційних стратегій - залучення міжнародних експертів для покращення стратегій 	<p>Загрози</p> <ul style="list-style-type: none"> - збільшення дезінформації в інформаційному просторі - вплив на імідж України через неправдиву інформацію - конфліктні ситуації, які здійснять вплив на імідж - кібератаки на інформаційні системи

На основі проведеного SWOT-аналізу комунікаційних стратегій України, можна зробити висновки, що держава має велику підтримку з боку власних громадян, адже це важливо для позитивного іміджу на міжнародній арені. Наявність великої кількості ресурсів дає можливість знаходити будь-яку інформацію та ділитися власними думками в соціальних мережах. Адже наявність великої кількості інформаційних ресурсів збільшує довіру до України. Але є негативні сторони комунікаційних технологій України, а саме поширення неправдивої інформації в соціальних мережах, покращення комунікаційних стратегій, для того, щоб зміцнити місце на міжнародній арені та уникнути поширення дезінформації. Можливості застосування інформаційних технологій для покращення відносин між державами та спільною є важливим для іміджу України, також покращення комунікаційних

стратегій, адже вони здійснюють вагомий вплив на формування думки в медіа просторі. Запобігання поширення дезінформації являються для України ключовим аспектом для успішного позиціонування ні міжнародній арені.

Формування стратегії покращення іміджу України завдяки комунікаційним технологіям є надзвичайно важливим для сучасного образу в міжнародному просторі. Застосування соціальних мереж є важливою частиною успішного позиціонування в міжнародному середовищі та використання комунікаційних технологій. Сучасний інформаційний простір є важливим для українців, адже вони можуть поширювати інформацію про державу та покращувати образ про неї. Україні варто зміцнювати свій образ за допомоги засобів масової комунікації, адже дуже важливо, яка інформація поширюється в міжнародному інформаційному просторі. [59, с.32]

Отже, варто зробити загальний висновок, що імідж України є важливим для її успішного позиціонування на міжнародній арені. Незважаючи на те, що зараз Україна та її громадяни проходять складний шлях, держава все ж має багатий потенціал аби зміцнити своє місце а світі. Україна завдяки підтримці власних громадян та міжнародної спільноти зможе пройти через всі труднощі, перейти у війні та затвердить своє місце в сучасному світі. Завдяки створенню хорошого уявлення про державу та позитивного образу, Україна покращить та зміцнить свою репутацію в світі.

ВИСНОВОК

За результатами здійсненого дослідження поняття імідж держави та комунікаційні технології було з'ясовано, що вони є дуже важливими у сучасному світі для успішного позиціонування держави. Дослідження іміджу держави дає можливість визначити, як її сприймають на світовій арені, а важливою складовою для поширення та популяризації держави є комунікаційні технології.

1. Соціальні мережі та засоби масової комунікації дозволяють державі підтримувати зв'язок з міжнародною аудиторією та вполювати на власне сприйняття іншими в світі. Для успішного просування іміджу держави важливо утворювати комунікаційні стратегії, які будуть покращувати образ держави в світі. Важливу частину у створенні позитивного іміджу займають громадяни держави, адже дуже важливо, як держава підтримує зв'язок та дослухається до власних громадян, бо саме вони сприяють обговоренню на різних медіа платформах задля популяризації власної держави. Поширення інформації засобами масової інформації показують наскільки країна є відкритою та готова висвітлювати все.

2. Комунікаційні технології займають важливе місце у створенні іміджу та держави та здійсненні певного впливу на міжнародну аудиторію. За допомогою соціальним мережам держави активно розповсюджують інформацію, повідомлення, новини, досягнення, задля того, щоб акцентувати увагу світової спільноти. Дуже важливо поширювати лише правдиву інформацію, адже дезінформація має негативний вплив на залатане уявлення про державу. Адже в сучасному світі майже кожна держава має свої стратегії протидії інформаційного впливу на поширення правдивої інформації. За допомогою великої кількості різноманітних інформаційних інструментів та медіа платформ, а тому завдяки цим інструментам держава має можливість здійснювати вплив на те, яку інформацію поширюють в соціальних мережах та аналізувати, як її сприймають. Завдяки інформаційним технологіям збільшилися можливості взаємозв'язку між державами і людьми, збільшилася можливість обміну інформацією і утворити більше можливостей для покращення іміджу.

3. Також важливо зазначити, що основними складовими, які здійснюють вплив на створення успішної комунікації та формування іміджу являється важливим для кожної держави. Утворення чіткої комунікаційної стратегії є важливою частиною для вдалого здійснення поставлених завдань. Взаємозв'язок з засобами масової комунікації буде основою для вдалої та успішної роботи інформаційних каналів. Вдала комунікація та утворення іміджу держави, потребує комплексного підходу, брати до уваги певні фактори та постійний моніторинг результатів тих чи інших стратегій задля покращення їх в майбутньому, щоб успішно впливати на імідж держави.

4. Формування іміджу України є важливою складовою успішного позиціонування на міжнародній арені. Важливо зазначити, що успішний імідж України варто формувати лише базуючись на реальних досягненнях та успіхах. Дослідження іміджу України показало, що Україна створила образ сильної держави, яка бориться за свою свободу. Також важливо розробити ще кращі стратегії для просування іміджу та залучитися підтримкою громадян та засобів масової комунікації. Адже те, як сприймають Україну в міжнародному інформаційному середовищі, впливає на загальне уявлення про неї. Варто продовжувати підвищувати успішність України на міжнародній арені за допомогою комунікаційних технологій.

5. Дослідження, яке було здійснене завдяки SWOT-аналізу показало, що Україні важливо зміцнювати комунікаційні стратегії для позитивного образу на міжнародній арені. Також варто звернути більше уваги на протидію поширенню дезінформації. Комунікаційні стратегії допомагають державі утворювати позитивний образ для громадян держави та закордонної аудиторії. Адже важливо розуміти, як державу сприймають в світі та яке місце вона займає в міжнародному просторі. Ефективні комунікаційні стратегії дають можливість зміцнити міжнародний статус та сприйняття України на міжнародній арені.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Імідж держави як об'єкт дослідження і категорія сучасної політичної науки. URL: <https://pidru4niki.com> (дата звернення: 10.09.2023)
2. Теоретико-методологічні аспекти поняття міжнародний імідж держави URL: <https://czasopisma.marszalek.com.pl/images/pliki/ksm/36/ksm3604.pdf> (дата звернення: 10.09.2023)
3. Формування іміджу держави URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/10_2016/20.pdf
4. Практичні аспекти формування міжнародного іміджу держави URL: <http://regionalstudies.uzhnu.uz.ua/archive/24/19.pdf>(дата звернення: 11.09.2023)
5. Особливості формування іміджу держави [https://ipiend.gov.ua/wp-](https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/danylov_osoblyvosti.pdf) URL: [content/uploads/2018/07/danylov_osoblyvosti.pdf](https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/danylov_osoblyvosti.pdf)(дата звернення: 11.09.2023)
6. Формування іміджу держави у сучасних медіа URL: <https://nubip.edu.ua/node/58997>
7. Кулеба О.В. Роль сучасних інформаційно-комунікаційних технологій у формуванні міжнародного іміджу держав / О.В. Кулеба // Інвестиції: практика та досвід. — 2011. — № 3. — С. 104—107. (дата звернення: 11.09.2023)
8. Інформаційно-комунікаційні технології в контексті сучасних міжнародних відносин URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497>(дата звернення: 11.09.2023)
9. Сучасні інформаційно-комунікаційні технології URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/3_2011/27.pdf(дата звернення: 12.09.2023)
10. Інформаційне суспільство URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/9748>
11. Комунікаційні технології формування іміджу держави URL: <http://international-relations.knukim.edu.ua/article/view/177654>(дата звернення: 12.09.2023)
12. Чинники формування іміджу держави URL: <https://jpl.donnu.edu.ua/article/view/5957/5985>
13. Єремєєва І.А. Практичні аспекти формування міжнародного іміджу держави. Регіональні студії. 2021. № 24. С. 123-127. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/39531>(дата звернення: 18.09.2023)
14. Європейські комунікації URL: https://www.iir.edu.ua/sites/default/files/2023-03/Pipchenko_N_pidruchnyk_WEB.pdf (дата звернення: 19.09.2023)

15. Роль засобів масової інформації в сучасних умовах URL: <https://ippi.org.ua/sites/default/files/13blkidv.pdf>(дата звернення: 20.09.2023)
16. Інформаційно-комунікаційні технології формування іміджу держави URL: <https://www.pubadm.vernadskyjournals.in.ua/journals/2022/8.pdf>(дата звернення: 20.09.2023)
17. Буарі Ф. Деякі аспекти формування іміджу країни в інформаційному просторі. 2020. European political and law discoourse. Вип. 7. С. 240–249.
18. Хітрень Н. Формування іміджу держав за допомогою соціальних мереж.: Видавництво Львівської політехніки. 2011. С. 222(дата звернення: 28.09.2023)
19. Новікова Л. В., Чернишова Л. О. Світовий ринок інформаційно-комунікаційних технологій: тенденції та перспективи розвитку. 2021. Вип.16. С. 15(дата звернення: 28.09.2023)
20. Комунікативний вимір формування і просування публічного іміджу держави URL: <https://czasopisma.marszalek.com.pl/images/pliki/cpls/1/cpls102.pdf> (дата звернення: 05.10.2023)
21. Формування іміджу державі в процесі соціальних комунікацій URL: <https://sdc-journal.com/index.php/journal/article/view/23>(дата звернення: 05.10.2023)
22. Принципи і закони творення державного іміджу у ЗМІ URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/10246/1/Chekaluk.pdf>(дата звернення: 10.10.2023)
23. Іванова А. Твіттер-дипломатія як інструмент публічної дипломатії США. Гілея: науковий вісник: URL: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/> (дата звернення: 14.10.2021)
24. Інструменти та механізми публічної дипломатії в створенні популярного іміджу на сучасному етапі URL: <https://dspace.ua/handle/NAU/57166>(дата звернення: 15.10.2023)
25. Руднева В. Віртуальна дипломатія: трансформація процесу формування іміджу держави з використанням соціальних мереж. 2013.. С. 336(дата звернення: 15.10.2023)
26. Роль публічної дипломатії в іміджі держави URL: http://www.fps-visnyk.lnu.lviv.ua/archive/35_2021/25.pdf

27. Руднева В. Віртуальна дипломатія: трансформація процесу формування іміджу держави з використанням соціальних мереж. 2013.. С. 338–357. (дата звернення: 19.10.2023)
28. Григор'єва О. Цифрова дипломатія – інноваційний засіб формування позитивного міжнародного іміджу. 2019. С. 168–191. (дата звернення: 19.10.2023)
29. Публічна дипломатія, як інтеграційний компонент у публічному управлінні URL: http://pdu-journal.kpu.zp.ua/archive/3_2019/tom_2/17.pdf
30. Балабанов К., Трофименко М. «Публічна дипломатія» як відповідь на виклики сучасності. Україна дипломатична. 2013. С. 949-954. (дата звернення: 24.10.2023)
31. Джервіс Р. Роль засобів масової інформації в системі управління інформаційною безпекою держави URL: <http://customs-admin.umsf.in.ua/archive/2020/1/19.pdf>(дата звернення: 24.10.2023)
32. Засоби масової комунікації, як платформа державної інформаційної політики URL: http://www.dy.nauka.com.ua/pdf/4_2020/4.pdf(дата звернення: 29.10.2023)
33. Вплив засобів масової інформації на інформаційний простір та стан інформаційної безпеки держави URL: <https://tomakovka-just.at.ua>(дата звернення: 29.10.2023)
34. Ролі засобів масової інформації у функціонуванні інформаційної влади. URL: <http://www.vestnik-pravo.mgu.od.ua/archive/juspradenc57/1.pdf>(дата звернення: 29.10.2023)
35. Поліщук О. В. Імідж держави на міжнародній арені: інформаційний аспект. URL: <http://naub.org.ua/?p=1204>. (дата звернення: 04.11.2023)
36. Інформаційна безпека та засоби масової інформації URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/18653/1/informbezpeka.pdf>(дата звернення: 04.11.2023)
37. Засоби масової інформації як якісно нові суб'єкти політичних комунікацій URL: https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/dubov_zasoby.pdf(дата звернення: 04.11.2023)
38. Шкляр В. Мас"медіа і формування європейського мислення: національний і світовий контекст // Універсум. 10. " С. 27 (дата звернення: 10.11.2023)

39. Роль засобів масової комунікації у формуванні іміджу держави URL: <http://journals.maup.com.ua/index.php/political/article/view/2>(дата звернення: 10.11.2023)
40. Головка А.А. Діяльність сучасних ЗМІ в контексті інформаційної безпеки «Гельветика», 2016. С. 85(дата звернення: 12.11.2023)
41. Телемарафон Єдині новини URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-other_news/3694795-telemarafon-edini-novini-onlajn.html (дата звернення: 12.11.2023)
42. Антонюк О.В. Сучасний стан стратегії просування брэнда держави / О.В. Антонюк /С. 64(дата звернення: 12.11.2023)
43. Хвиля корупційних скандалів в Україні URL: <https://zn.ua/ukr/UKRAINE/khvilja-koruptsijnikh-skandaliv-v-ukrajini-je-zdorovoju-oznakoju-bloomberg.html>
44. Інструменти формування іміджу України URL: http://www.lsej.org.ua/7_2023/114.pdf(дата звернення: 15.11.2023)
45. Імідж України в контексті глобальних трансформаційних процесів URL: https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/ishchenko_imidzh.pdf(дата звернення: 15.11.2023)
46. Вербицька Г. Міжнародний імідж України: проблеми та шляхи формування Г. Вербицька URL: http://ijimv.knukim.edu.ua/zbirnyk/1_1/knukim_zbirka_170x265mm_#СМΥΚ_part2_print.pdf(дата звернення: 17.11.2023)
47. Імідж України у світі. Сучасний стан та перспективи. URL: <http://ud.gdip.com.ua/wp-content/uploads/2020/02/69.pdf>(дата звернення: 17.11.2023)
48. Сучасні державні стратегії формування іміджу України URL: http://app.nuoua.od.ua/archive/63_2019/13.pdf(дата звернення: 17.11.2023)
49. Шляхи формування позитивного іміджу України та протидія російській пропаганді URL: <file:///C:/Users/User/Downloads/13472> (дата звернення: 17.11.2023)
50. Формування міжнародного іміджу України URL: http://www.experts.in.ua/baza/analitic/index.php?ELEMENT_ID=86424(дата звернення: 18.11.2023)

51. Роберт Фіцо та ставлення до України URL: <https://www.radiosvoboda.org/amp/ukrayina-slovachchyna-vybory/32617993.html> (дата звернення: 18.11.2023)
52. Іміджу України у контексті сучасних інформаційних процесів URL: http://fps-visnyk.lnu.lviv.ua/archive/42_2022/42.pdf(дата звернення: 20.11.2023)
53. Сучасні стратегії комунікації URL: <https://reicst.com.ua/pmtl/article/view/2022-5-02-03>(дата звернення: 20.11.2023)
- 54.Рамштайн в Україні URL:<https://fakty.com.ua/ua/ukraine/suspilstvo/20231011-pidtrymka-ta-ozbroyennya-shho-take-zustrichi-u-formati-ramshtajn-ta-yak-vony-dopomagayut-ukrayini/amp/>
55. Позиція Китаю щодо війни в УкраїніURL: <https://voxukraine.org/pozytsiya-kytayu-shhodo-vijny-v-ukrayini-dopovid-varshavskogo-instytutu>
56. Яка позиція Китаю щодо війни в Україні після переговорів URL: <https://tsn.ua/svit/yaka-poziciya-kitayu-schodo-viyni-v-ukrayini-pislya-peregovoriv-baydena-ta-si-oficiyna-zayava-pekina-2451847.html>
- 57.Комунікаційні стратегії URL: <https://armyinform.com.ua/2021/12/09/>(дата звернення: 20.11.2023)
58. Сучасні пріоритети зовнішньої політики України URL:<http://journals.iir.kiev.ua/index.php/knu/article/viewFile/3579/3254>(дата звернення: 20.11.2023)
59. Інформаційна присутність України у світі URL:<https://pidruchniki.com/16850303/politologiya/> (дата звернення: 21.11.2023)
60. Перспективи формування позитивного іміджу України в міжнародному інформаційному середовищі URL: [http:// megalib.com.ua](http://megalib.com.ua)(дата звернення: 21.11.2023)