

The Russo-Ukrainian War and its Impact on the Transformation of the International Image of Ukraine

UDC 327.5+327.8+323

DOI: <https://doi.org/10.15421/1723124>**Slipetska Yulia**Ph.D., Assoc. Prof., <https://orcid.org/0000-0003-1234-134X>, slipetska.julija@gmail.com**Turovskyi Illia**Master, Political Science Student, <https://orcid.org/0009-0005-0279-8786>, illia.turovskyi@outlook.com*Ivan Franko National University of Lviv (Lviv, Ukraine)*

Abstract.

Relevance. The war in Ukraine forced the world community to pay more attention to the country, as it caused large-scale international negotiations and decisions aimed at settling the situation. Thus, the international image of Ukraine received more attention and recognition on the world stage.

Therefore, **the purpose** of the study is to examine the current diplomatic actions of Ukraine and their impact on the transformation of its international image and perception by the world community during the full-scale Russian-Ukrainian war in order to frame effective image strategies for the further development of the Ukrainian global brand.

Results. The article presents a systematic analysis of the relationship between the russo-ukrainian armed conflict and country's perception changes at the international level. The authors pay attention to how changes in the image of Ukraine are reflected in the country's perception by the international community, analyze the effectiveness of communication strategies and try to determine possible ways to improve Ukraine's international image.

Conclusions. The military conflict undoubtedly has a significant impact on the perception of Ukraine at the international level. The creation of new departments, active work in social networks and mass media, and successful marketing strategies have opened up new ways for Ukraine to develop its subjectivity and influence on the world community. Active cooperation with international partners determines success in creating a positive image of the country. We emphasize that in the conditions of a military conflict, it is important to take into account the complexity and dynamics of the aforementioned researched factors that determine the country's international image. An effective communication strategy, active diplomacy and public support are key elements for preserving and strengthening the positive image of Ukraine in the world community.

Keywords: international image, war, reputation, attractiveness, hard power, soft power

Російсько-українська війна та її вплив на трансформацію міжнародного іміджу України

Сліпецька Юлія, Туровський Ілля*Львівський національний університет імені Івана Франка (Львів, Україна)*

Анотація.

Актуальність. Війна в Україні змусила світове співтовариство більше уваги приділяти країні. Війна викликала масштабні міжнародні переговори та рішення, спрямовані на врегулювання ситуації. Таким чином, міжнародний імідж України отримав більше уваги та визнання на світовій арені.

Відтак, **метою** дослідження є розгляд актуальних дипломатичних дій України та їх вплив на трансформацію її міжнародного іміджу та сприйняття світовим співтовариством під час повномасштабної російсько-української війни, щоби обрести ефективні іміджеві стратегії задля подальшого розвитку українського світового бренду.

Результати. Стаття представляє системний аналіз взаємозв'язку між війною на території України та змінами у сприйнятті країни на міжнародному рівні. Автори звертають увагу на те, як зміни в образі України внаслідок військових подій відображаються на сприйнятті країни міжнародним співтовариством та різноманітними зацікавленими сторонами. Автори аналізують ефективність комунікаційних стратегій та дипломатичних зусиль в умовах війни та намагаються визначити можливі шляхи покращення міжнародного іміджу України.

Висновки. Війна на території країни безперечно має значущий вплив на сприйняття України на міжнародному рівні. Створення нових відомств, активна робота в соціальних мережах та ЗМІ і вдалі маркетингові стратегії з боку президента Зеленського відкрили нові шляхи для України у розвитку своєї суб'єктності та впливу на світове співтовариство. Активна співпраця з міжнародними партнерами шляхом підтримки та взаєморозуміння, визначає успіх у створенні позитивного образу країни. Ми підкреслюємо, що в умовах війни важливо враховувати комплексність та динаміку вищезгаданих досліджених факторів, що визначають міжнародний імідж країни. Ефективна комунікаційна стратегія, активна дипломатія та підтримка громадськості є ключовими елементами для збереження та зміцнення позитивного образу України в світовому співтоваристві.

Ключові слова: міжнародний імідж, війна, репутація, привабливість, жорстка сила, м'яка сила

Вступ.**Актуальність.**

Україна зіткнулася з однією з найбільших викликів у своїй історії – війною на сході країни, яка розпочалася в 2014 році. Ця війна з росією значно вплинула на трансформацію міжнародного іміджу України і сформував новий спосіб, яким її сприймають у світі. Війна в Україні змусила світове співтовариство більше уваги приділяти країні. Війна викликала масштабні дипломатичні зусилля, міжнародні переговори та рішення, спрямовані на врегулювання ситуації. Україна стала об'єктом геополітичних обговорень і стосунків між Заходом і росією. Таким чином, міжнародний імідж України отримав більше уваги та визнання на світовій арені.

Мета дослідження: зробити внесок у розуміння та аналіз взаємозв'язку між війною та змінами в міжнародному іміджі держави, щоб надати конструктивні рекомендації для зміцнення та покращення міжнародного статусу України.

Аналіз попередніх публікацій.

Дослідженню проблематики трансформації та перспектив міжнародного іміджу присвячено чимало наукових праць, а також створено безліч урядових програм задля підтримки українського бренду, особливо під час війни. У сфері питань трансформації міжнародного іміджу України серед вітчизняних вчених необхідно виділити І. А. Єремєєву (2021), С. М. Ілляшенко (2023), К. Ладиченко (2023), І. Гукалову (2023) та інших. Особливої уваги в сфері досліджень проблематики міжнародного іміджу та м'якої сили варто виділити наукові та дослідницькі праці D. Ingenhof (2018), J. Nye (2008), K. Zarembo (2011), V. Tereshchuk, (2016). Серед вчених, сфера досліджень яких стосується брендування націй автори виділяють Y. Fan (2010), A. Markessinis (2010). Аналізом ролі іміджу української влади під час російсько-української війни займаються N. Adler (2022), M. Blake (2022), S. Einhorn (2022), I. Khan (2022) та інші.

Результати дослідження.

Україна також отримала підтримку багатьох країн у світі. Спільні санкції проти росії, надання військової допомоги та гуманітарної допомоги, а також висловлювання підтримки та солідарності з українським народом від багатьох світових лідерів сприяли підвищенню міжнародного престижу України. Країна отримала підтримку на міжнародному рівні, що позитивно вплинуло на її імідж.

Умови російсько-української війни роблять міжнародну політичну підтримку надзвичайно важливою для України. В цей період союзництво з іншими країнами, участь у міжнародних організаціях і підтримка громадськості відіграють ключову роль у формуванні позицій та наданні допомоги країні. Важливість цієї підтримки визначається не лише в контексті ведення війни, але і в перспективі майбутніх міжнародних відносин України.

Війна спонукала Україну до реформ і змін. Країна реорганізувала свої озброєні сили, змінила систему управління та боротьби з корупцією, покращила законодавство та норми правопорядку. Ці реформи спрямовані на покращення ситуації в країні та підвищення довіри іміджу України на світовій арені.

Російсько-українська війна викликала багато оперативних реакцій з боку громадянського суспільства, яке активно включилося в підтримку військових та допомогу постраждалим. Ця активність громадян в рамках різних ініціатив підсилює позитивний імідж України та показала, що країна має потенціал для позитивних змін.

Міжнародний імідж – це елемент змагання за владу та вплив, як на внутрішньополітичній арені, так і в реаліях міждержавних відносин. Його створення є частиною дослідження виборчого поля, цільових аудиторій, домінуючого порядку денного суспільства. В Україні, наприклад, вже було достатньо змістовних кейсів із впровадження політичного брендингу. Дослідження їх специфіки дає змогу визначити рівень сталості політичної інституційної сфери та загалом стан демократизації політичної влади.

В той час поняття «бренд держави» часто асоціюється з такими феноменами культурно-інформаційного сприйняття, як «імідж держави» та «бачення держави». Однак якщо перше визначається як сукупність раціональних і емоційних уявлень, що виникають в результаті порівняння всіх особливостей країни, історичного досвіду її населення, використовуваних ним форм спілкування, то друге є продуктом багатовікового синтезу у суспільній свідомості та культурі нації через її оригінальні етнонаціональні ознаки. (Шевченко, 2009). У свою чергу, «бренд держави» – це збірний образ певної політичної системи, партій, політиків і державних діячів, який відповідає дійсності та пов'язаний з об'єктивними інтересами нації з її унікальними рисами.

Імідж країни завжди розглядався як багатовимірне поняття, що включає економічні, технологічні, політичні та соціальні змінні країни. Загалом, у широкій перспективі, імідж країни визначається як «сукупність усіх описових, логічних та інформаційних уявлень, які людина має про конкретну країну», або «спрощення великої кількості асоціацій та фрагментів інформації, пов'язаних із конкретним місцем». Простіше кажучи, імідж країни стосується ставлення людей однієї країни до іншої, або однієї держави до іншої.

Як молода нація, яка здобула незалежність у серпні 1991 року, Україна активно працює над удосконаленням свого національного іміджу (Bureiko, 2021). Після здобуття незалежності уряд спрямовував зусилля на подолання іміджу «сірої, холодної, бідної, відсталого, алкогольної, спустошеної колишньої радянської республіки». Ще у 2010 році за

словами вченого-дослідника національних брендів Андреаса Маркесініса, проблема слабого іміджу України полягає у неспроможності сформувати унікальну міжнародну репутацію, що б вирізняла її серед інших країн (Markessinis, 2010). Як наслідок, імідж країни страждав від регіональних стереотипів, які спорожнювали автентичний імідж країни (Tereshchuk, 2016, pp. 33-46). Україна, як і інші колишні радянські та югославські республіки, пережила кризу ідентичності. Іноземна громадськість ототожнювала Україну з колишнім СРСР, росія та Україна перебувають у стані війни з 2014 року, але повномасштабне вторгнення росії в Україну 24 лютого 2022 року привернуло значну міжнародну увагу, оскільки напад москви на її східноєвропейського сусіда спричинив найбільший збройний конфлікт у Європі з часів закінчення холодної війни.

Однією з ключових подій в історії міжнародного іміджу України була Помаранчева революція 2004 року, яка виявилася важливим моментом для демократизації країни та її інтеграції в європейський простір. Ця подія привернула увагу світових ЗМІ та міжнародних спостерігачів, і Україна стала символом бажання народу боротися за демократію та права людини.

Далі, в 2014 році, Україна стала центром уваги світової спільноти під час Євромайдану та Революції Гідності. Поширені зображення масових протестів та події, що відбулися на Майдані Незалежності в Києві, спричинили велику увагу до справи України та підтримку її бажання покращити демократичні стандарти. Від цього моменту Україна стала більш відомою світовій громадськості та стала активною учасницею міжнародних дискусій щодо конфлікту на сході країни та російської агресії.

Україна також спрямовує зусилля на підтримку свого міжнародного іміджу через культурну дипломатію та сприяння українській мові та культурі на світовій арені. Проект «Креативна Україна» та Український інститут були створені з метою популяризації української культури та мистецтва за кордоном.

За останні роки Україна також активно працювала над підвищенням рівня своєї безпеки та розвитком військової сфери. Це стало особливо актуальним у зв'язку з анексією Криму Росією, війною на сході та повномасштабним вторгненням росії 24 лютого 2022 року, де військові дії тривають і досі. Міжнародна підтримка для України у цьому питанні була важливою, і країна намагалася залучити міжнародну увагу до порушень прав людини та агресії росії.

Пошук оптимальної моделі формування позитивного іміджу України претерпів суттєві зміни з приходом на пост президента Володимира Зеленського у 2019 році. Його основний принцип – «ближче до народу та бути з народом» - визначив новий напрямок у роботі, спрямований на ліквідацію

різних форм етносепаратизму та об'єднання зусиль суспільства для протидії процесам дезінтеграції країни. Під час розробки шляхів модернізації держави виникло питання перед президентом та урядом: яку політичну систему варто створити для найефективнішого сприяння розвитку країни. Демократичні перетворення в Україні відкинули командно-адміністративні методи управління на користь підходів, заснованих на переконанні та соціально-психологічному впливі.

Створення привабливого зовнішньополітичного іміджу стало ключовим завданням у сфері зовнішньої політики, яке Президент В. Зеленський визначив як пріоритетне завдання. Під час економічного форуму у Давосі він вперше висловив свої наміри перед світовими лідерами стосовно розбудови нової національної та світової економічної безпеки.

До повномасштабного вторгнення Росії на територію України 24 лютого 2022 року Володимир Зеленський використовував неполітичне минуле для виступів та зустрічей з іноземними партнерами. Це дозволяло йому впевнено виступати не лише з політичною метою, але й використовувати соціально-психологічні методи впливу та ефективно доносити інформацію до аудиторії, що привертало увагу світової спільноти до проблем України.

Після початку повномасштабного вторгнення Росії на територію України у лютому 2022 року, підхід до формування іміджу української держави та зовнішньополітичної стратегії президента Володимира Зеленського кардинально змінився. Тепер акцент робиться на створенні іміджу України як сильної, незалежної та непохитної держави з власною суб'єктністю.

Надії росії на швидку перемогу в Україні не справдилися. Українці вели цю війну на два фронти: жорстка сила (військова взаємодія з росіянами) і м'яка сила (сила залучення та переконання для забезпечення підтримки України міжнародною спільнотою). На відміну від жорсткої чи військової сили, м'яка сила — це сила залучати до кооперації, а не примушувати, таким чином впливаючи на переваги інших через власну привабливість (Nye, 2008, pp. 94-109). Президент України Володимир Зеленський, виступив із промовою на церемонії вручення премії Grammy 2022, у якій закликав всесвітньо підтримати Україну (Kramer, 2022). Незважаючи на те, що актор, який став лідером України військового часу, не зміг отримати запрошення виступити на церемонії вручення премії «Оскар» 2022 року, його спроби зацікавити світову спільноту відображають підхід «м'якої сили» для згуртування підтримки оборони країни у воєнній ситуації (Nye, 2022).

Ключовим ресурсом для формування іміджу України стала культурна дипломатія. Щоб відмежуватися від росії після здобуття незалежності в 1991 році, Україна розпочала формування культурної

дипломатії як основної стратегії зміцнення іміджу країни. Однак це був важкий початок, публічна дипломатія в офіційному українському публічному та науковому дискурсі практично була відсутня, ініціативи м'якої сили були ізольованими, їм бракувало складності, стратегічного бачення та фінансової підтримки. Українська публічна дипломатія почала серйозно формуватись аж у 2015 році з початком інституціоналізації публічної дипломатії як «набору запланованих заходів щодо передачі конкретних повідомлень про Україну з метою впливу на формування громадської думки» в інших країнах (Bureiko, 2021).

Довоєнні ініціативи не лише зосереджувались на діяльності з використання міжінституційної синергії та прикладних досліджень і аналітики, але й, крім створення іміджу, допомогли консолідувати зовнішньополітичні пріоритети України в культурній дипломатії, залученні інвестицій, сприянні українському експорту, освітніх можливостях, туристичному потенціалі, науково-експертній та цифровій дипломатії.

Президент України Володимир Зеленський став найважливішим ресурсом для формування іміджу України під час повномасштабного вторгнення. Міжнародні ЗМІ ознаменували його героєм, а також голосом і обличчям української стійкості, який веде свою націю протистояти могутньому агресору (Adler, 2022; Watson, 2022; How Volodymyr Zelensky, 2022). Професор Вашингтонського університету Майкл Блейк стверджував, що Зеленський досяг успіху, тому що він «продемонстрував під час вторгнення стиль політичного виступу, який є антитезою того, який продемонстрував президент росії володимир путін» (Blake, 2022).

Інгенхоф і Кляйн у своїй праці «Імідж політичного лідера в публічній дипломатії та брендингу нації» виявили, що політичні лідери можуть мати значний вплив на брендинг нації у формуванні іміджу своєї країни. Чесність лідера зіграла найсильнішу роль, а вже потім компетентність і харизма (Ingenhof, 2018, pp. 4507-4532). Важливо також зазначити, що відомі обличчя (знаменитості) є важливим елементом, який впливає на імідж країни (Fan, 2010, pp. 97-103). У випадку війни в Україні 2022 року Зеленський виявився особливо вправним у використанні м'якої сили.

Діяльність Зеленського з культивування іміджу країни добре задокументована. Колишній комік і телеактор, з його неофіційністю, повсюдною присутністю в соціальних мережах, постійним спілкуванням із західними ЗМІ та парламентами (що завжди викликало бурні овації), а також дружбою із західними знаменитостями, довів успіх у представленні України як привабливої та героїчної країни. Відчутним результатом було не лише співчуття Заходу, але й суттєве збільшення поставок

військового обладнання, необхідного Україні для вирішення поставленого важкого завдання.

У відповідь на пропозицію уряду США евакуювати його та його родину – головну мішень російських сил – з країни, Зеленський відповів Вашингтону: «Мені потрібна зброя, а не евакуація» (Braithwaite, 2022). Зеленський був дуже вправний у використанні соціальних мереж для гуманізації тяжкого становища України та посилення підтримки оборони країни (Khan, 2022). Він сам керував своїми соціальними мережами, виступав перед публікою безпосередньо, передавав повідомлення особисто власним голосом і зумів відбити спроби росіян дезінформувати про його місцезнаходження та контроль над країною (Einhorn, 2022). Відхиливши пропозицію Вашингтона вивести його з України, він негайно написав у Twitter, що «українці пишаються своїм президентом», і опублікував відео під назвою «Не вірте фейкам», показавши, що він все ще в Києві, як було на відео.

Зеленський може бути голосом і обличчям України в ЗМІ та соціальних мережах, але досвід українського уряду у формуванні свого повідомлення через соціальні медіа – на додаток до відео, твітів і мемів – допоміг йому заручитися підтримкою багатьох країн та їхніх громадян. Серед відчутних результатів для українців необхідно виділити те, що іноземні уряди наклали на росію найбільшу кількість санкцій, ніж на будь-яку іншу країну в історії (Shapero, 2022). Кампанії в українських соціальних мережах надихнули іноземну громадськість висловити підтримку McDonalds, Coca-Cola, Starbucks, Dentsu, P&G та інших компаній, які призупинили свій бізнес у росії (Russ, 2022). Офіційні українські канали соціальних мереж відчули приріст підписників з початком війни. Лише за місяць після початку війни підписників українського Twitter-акаунту зросло до 1,9 мільйона підписників, майже в шість разів більше, ніж до війни (Social Blade 2022). Лише за місяць на акаунт Зеленського в Instagram підписалися понад шість мільйонів підписників. Зеленський настільки популярний у соціальних мережах, що з'явилися сотні фальшивих Зеленських, які використовують його зображення, ім'я та «бренд», щоб обманом змусити людей надсилати пожертви для нібито допомоги військовим і гуманітарним зусиллям України (Sucić, 2022).

Що стосується діяльності, то на світову арену вийшла і дружина Зеленського, перша леді України Олена Зеленська. Зеленська здійснила неофіційну поїздку до Вашингтона у липні 2022 року, щоб виступити перед Конгресом США, що є великою рідкістю для американської політичної спільноти. У своїй промові вона зауважила, що цей візит був спрямований на отримання більше зброї для своєї країни: «Зброя, яка не буде використовуватися для ведення війни на чужій землі, а для захисту

свого дому та права жити в цьому домі.» (Friedman, 2022). Подякувавши США за підтримку, Зеленська застосувала м'яку силу, щоб попросити «жорсткої» сили. «Я прошу зброї», — сказала вона. «Я прошу системи протиповітряної оборони, щоб ракети не вбивали дітей у колясках» (Ukraine's first lady, 2022). Під час своєї поїздки до Вашингтона Зеленська досягла значних результатів, зокрема отримала комп'ютери та навчальні матеріали в розмірі 30 мільйонів доларів від ініціативи HP Inc. Digital Equity for Ukraine (First lady of Ukraine, 2022). Як і її чоловік, Зеленська дала численні інтерв'ю міжнародним ЗМІ, включно з інтерв'ю журналу Time, де вона була зображена на обкладинці та довго розповідала про травми війни (Shuster, 2022). У липні 2022 року вона провела високопоставлений саміт, модератором якого був британський журналіст Пірс Морган, на якому були присутні відомі політичні діячі та голлівудські знаменитості, зокрема перша леді США Джилл Байден, актори Річард Гір, Міла Куніс, Ештон Катчер і президент Європейської комісії Шарль Мішель (Nerozzi, 2022).

Коли росія вторглася в Україну, остання змогла використати існуючі ресурси у вигляді наявного механізму публічної дипломатії, створеного конституціоналізмом стратегії української публічної дипломатії 2015 року. Відділ публічної дипломатії (пізніше перейменований у відділ комунікацій та публічної дипломатії) швидко розбудував український цифровий портал, розширившись до діяльності з донесення інформації про війну до іноземної аудиторії на www.ukraine.ua. 27 липня на сайті було розміщено таке повідомлення: «24 лютого 2022 року звичайне життя в Україні зупинилося, як і цей сайт. Того дня о 5 ранку Росія здійснила повномасштабний напад на Україну зі спробою знищити свободу та незалежність нашої країни. З цього моменту українці «замерзли» наприкінці зими того страшного лютого ранку. В Україну ще не прийшла весна. Ви можете дізнатися, як Україна зараз переживає війну, або дізнатися, якою динамічною та амбітною країною ми були до того, як Росія почала своє повномасштабне вторгнення».

Відвідувачі могли перейти за новим посиланням «Не відводити погляд від війни» або перейти до «Досліджуйте мирну Україну», щоб переглянути оригінальний, довоєнний контент. Вміст спливаючого вікна перенаправляв відвідувача на сторінку з інформацією про війну та фотографії зруйнованих війною міст і громад. На цій же сторінці також було три посилання для відвідувачів: «Підтримай Україну», «Пожертвуй Україні» та «Озброй Україну».

Подібну стратегію обміну повідомленнями було знайдено і на сайті Українського інституту. На ньому були дві фотографії Палацу молоді – перша зроблена до війни, а друга – з'єднана разом розбита будівля з повідомленням: «Те, що зберегло пам'ять, тепер може стати спогадом» (Palace of Culture, 2022).

У квітні 2022 року в Україні запустили кампанію, яку очолив Офіс президента, щоб висвітлити мужність нації. Серія кампаній, створена київським рекламним агентством Banda (лауреатом Каннського лева), буде представлена в 15 країнах світу (Ukraine NOW, 2018). Кампанія активно залучала власників світових медіа пожертвувати свої медійні площі, щоб висвітлити хоробрість України.

Інші заходи також включають в себе роль Українського дому, фінансованого державою місця проведення українських культурних заходів, у розширенні своєї місії підтримки України у війні проти Росії у 2022 році. У вересні 2021 року Зеленський офіційно відкрив Український дім у Вашингтоні, округ Колумбія (Ukraine House, 2021). Він був розроблений, щоб служити центром м'якої сили в США, щоб надати можливість значно розширити зустрічі, прийом, культурні та історичні виставки та інші пов'язані заходи в Вашингтоні, спрямовані на привернення уваги до України. Коли почалася війна, Український дім виявився цінним надбанням, оскільки місцеві заходи для збору коштів та просвітництва організовувалися в різних місцях Українського дому по всьому світу, включаючи Вашингтон і Давос, Швейцарія.

23 червня 2022 року Європейська Рада ухвалила рішення про надання Україні та Молдові статусу країн-кандидатів на членство в ЄС, що також сильно вплинуло на покращення міжнародного іміджу України (European Council Conclusions, 2022). Президент Ради Шарль Мішель оголосив, що «сьогодні робиться вирішальний крок на вашому шляху до ЄС», і назвав рішення Ради «історичним моментом» (Parker, 2022).

При цьому Рада дотримувалася рекомендації Європейської комісії, виданої 17 червня (The European Commission, 2022). З цього приводу президент Комісії Урсула фон дер Ляєн заявила, що українці готові померти за європейську перспективу. Президент України Володимир Зеленський одразу ж відреагував на рішення ЄС, заявивши, що воно є «унікальним та історичним моментом у відносинах між Україною та Союзом, адже майбутнє України в Європейському Союзі» (Parker, 2022).

Рішення про надання Україні статусу країни-кандидата на членство змінило контекст майбутніх відносин між Україною та ЄС та зміцнило міжнародний імідж держави загалом. Тепер ЄС однозначно заявив, що в Україні є «європейська перспектива» – вона стане членом Союзу, коли будуть виконані всі умови. Таке рішення, очевидно, породжує очікування та надії серед громадян та еліт України. Зараз ЄС має підготуватися до майбутніх переговорів про вступ, а також до ініціатив, щоб продемонструвати прихильність Європейського Союзу до України. У довгостроковій перспективі ці переговори дають ЄС велику можливість допомогти українському народу

побудувати справді демократичну та економічно могутню націю. Таким чином, це рішення створило можливість зменшити розрив між сподіваннями України на членство та реальними майбутніми показниками її ролі на міжнародній політичній арені.

Інша зміна – цього разу зміна української політики – додала новий арсенал можливостей для публічної дипломатії ЄС та зміни її національного іміджу, але з зовсім іншої точки зору. Це зміна політики щодо російської культурної продукції, щоб захистити українську культурно-інформаційну сферу від російського впливу. З лютого 2022 року українськими політиками було прийнято низку законодавчих актів, зокрема акти про підтримку української культури, позбавлення від російських наративів та їх пропагандистів, зміцнення українського інформаційного простору, посилення контролю за провайдером телекомунікаційних послуг тощо (Sologub, 2022). Що важливо, це не зміна, що була нав'язана зверху вниз. Reuters у своїй статті цитують міністра культури України, який зазначав, як законодавчі акти відображаються на думках широкої української аудиторії, «яка після російського вторгнення не сприймає жодного російського творчого продукту на фізичному рівні» (Ukraine Restricts, 2022). Опитування КМІС в Україні показали, що агресія Росії як на рівні керівництва, так і на рівні «пересічних» громадян «поховала ідею «дружніх» і «комфортних» відносин» – «Незалежно від регіону чи мови, українці прагнуть ізолюватися від росії» (Hrushetskyi, 2022). Ці уявлення демонструють, що війна, розв'язана росією проти України, фактично скасувала десятиліття проєкцій «руського мира» на Україну – флагманського проєкту кремлівських думок із забезпечення глобального та регіонального впливу росії через мережеву структуру великих і малих громад, які мислили і говорили російською мовою. У макротренді різноманітні індекси брендів реєструють різке падіння престижу росії у світі, включно з ЄС, що довгостроково підриває взаємодію росії з міжнародним співтовариством та підвищує міжнародний імідж України. Індекс м'якої сили 2022 показує, що репутація росії різко впала на 19% у світовому порівнянні з 2021 (Russia's Soft, 2022), а Індекс Anholt-Ipsos Nations Brands 2022 зафіксував падіння Росії з 27-го місця серед 60 опитаних країн до 58-го (Wintour, 2022).

Висновки.

Міжнародний імідж України є складним явищем, обумовленим різноманітними факторами. Це визначає потребу у системному підході до його формування та управління. Загальною тенденцією є необхідність уважного вивчення та системного підходу до управління міжнародним іміджем, враховуючи

динаміку зовнішньої політики та реагуючи на виклики глобальних подій. Стаття робить значний внесок у розуміння факторів, що визначають міжнародний імідж України, надаючи обґрунтовані висновки про важливість взаємодії владної політики.

Війна має вагомий вплив на сприйняття України як країни, яка зазнає серйозних випробувань, одночасно спричиняючи можливість отримання великої співчуттєвої реакції та підтримки міжнародної громадськості. Досліджено, що ефективна комунікація та дипломатичні ініціативи можуть суттєво впливати на сприйняття війни та на міжнародний імідж України. Розглянуті різні можливості взаємодії з міжнародними партнерами та організаціями під час війни. Доведено, що активна дипломатія та стратегічна комунікація можуть виявитися ефективними інструментами для легітимізації позицій України у світовому співтоваристві та отримання підтримки союзників.

Дослідження трансформації міжнародного іміджу України є надзвичайно важливим аспектом виявлення та розробки нових стратегій реалізації світової підтримки та визнання держави. Дослідження вказує на те, що війна на території країни безперечно має значущий вплив на сприйняття України на міжнародному рівні. Зміни в політичному контексті, економічному розвитку та гуманітарній ситуації визначають новий контекст для формування її іміджу. Окрім того, важливо визнати роль стратегій комунікації та дипломатичних зусиль в управлінні міжнародним іміджем України. Створення нових відомств, активна робота в соціальних мережах та ЗМІ і вдалі маркетингові стратегії з боку президента Зеленського відкрили нові шляхи для України у розвитку своєї суб'єктності та впливу на світове співтовариство. Активна співпраця з міжнародними партнерами, зокрема шляхом підтримки та взаєморозуміння, визначає успіх у створенні позитивного образу країни.

Швидкий обмін інформацією в інтернеті та активна участь громадськості визначили нові можливості та виклики для управління міжнародним іміджем. Ми підкреслюємо, що в умовах війни важливо враховувати комплексність та динаміку вищезгаданих досліджених факторів, що визначають міжнародний імідж країни. Ефективна комунікаційна стратегія, активна дипломатія та підтримка громадськості є ключовими елементами для збереження та зміцнення позитивного образу України в світовому співтоваристві. Саме завдяки цим дослідженням розглянутої динаміки Україна матиме змогу покращити свій світовий вплив та імідж могутньої держави задля досягнення власних цілей в межах міждержавних відносин та збереженні внутрішньополітичної суспільної стабільності.

БІБЛІОГРАФІЧНІ ПОСИЛАННЯ

- Гукалова, І. (2023). Імідж і сприйняття України у світі: досвід війни. *Географічна освіта і наука: виклики і поступ: матеріали міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 140-річчю географії у Львівському університеті* (м. Львів, 18–20 травня 2023 р.). (У 3-ох томах. Том 1). Львів: Простір-М.
- Сремєєва, І. А. (2021). Практичні аспекти формування міжнародного іміджу держави. *Регіональні студії*, 24. <https://doi.org/10.32782/2663-6170/2021.24.17>
- Ілляшенко, С. М. (2023). Вплив міжнародного іміджу України на перспективи її повоєнного інноваційного розвитку. *Marketing and Digital Technologies*, 7(3). Відновлено з <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/download/313/204>
- Ладиченко, К. (2023). Інноваційні виміри трансформації національного бренду України в умовах війни. *Проблеми та перспективи розвитку інноваційної діяльності в Україні: виклики воєнного часу: тези доп. XIV Міжнар. бізнес-форуму* (Київ, 23 берез. 2023 р.). <https://doi.org/10.31617/k.knute.2023-03-23>
- Савон, К. В. (2019). Міжнародний імідж України: сучасний стан та перспективи розвитку. *Актуальні проблеми політики*, 64. <https://doi.org/10.32837/app.v0i64.196>
- Шевченко, Г. (2009). *Політико-інформаційний вимір державного брендингу України*. (Автореферат на здобуття наукового ступеня кандидата політичних наук). КНУ ім. Т. Шевченка.
- Adler, N. (2022). Ukraine's Zelenskyy: A wartime statesman for the social media age. *Al Jazeera*. Retrieved from <https://www.aljazeera.com/features/2022/3/3/ukraines-zelenskyy-a-wartime-statesman-for-the-social-media-age>
- Blake, M. (2022). How Zelenskyy emerged as the antithesis of Putin and proved you don't need to be a strongman to be a great leader. *The Conversation*. Retrieved from <https://theconversation.com/how-zelenskyy-emerged-as-the-antithesis-of-putin-and-proved-you-dont-need-to-be-a-strongman-to-be-a-great-leader-178485>
- Braithwaite, S. (2022). Zelensky refuses U.S. offer to evacuate, saying 'I need ammunition, not a ride.' *CNN*. Retrieved from <https://www.cnn.com/2022/02/26/europe/ukraine-zelensky-evacuation-intl/index.html>
- Bureiko, N. (2021). Ukraine's public policy enters a new phase. *New Eastern Europe*. Retrieved from <https://neweasterneurope.eu/2021/06/23/ukraines-public-diplomacy-enters-a-new-phase/>
- Einhorn, S. (2022). Ukraine-Russia war: On social media, Zelensky already won. *Jerusalem Times*. Retrieved from <https://www.jpost.com/opinion/article-702750>
- European Council Conclusions EUOCCO 24/22. (2022). Retrieved from <https://www.consilium.europa.eu/media/57442/2022-06-2324-euco-conclusions-en.pdf>
- Fan, Y. (2010). Branding the nation: Towards a better understanding. *Place Branding and Public Diplomacy*, 6(2). Retrieved from https://www.academia.edu/5185202/Branding_the_nation_towards_a_better_understanding
- First lady of Ukraine accepts computer donation from HP Inc. for Ukrainian children and healthcare workers. (2022). Retrieved from <https://press.hp.com/us/en/press-releases/2022/ukraine-first-lady-accepts-hp-computer-donation.html>
- Friedman, V. (2022). In Washington, Olena Zelenska dressed for Ukraine. *New York Times*. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2022/07/21/style/olena-zelenska-washington-style.html>
- How Volodymyr Zelensky found his roar. (2022). Retrieved from <https://www.economist.com/europe/2022/02/26/how-volodymyr-zelensky-found-his-roar>
- Hrushetskyi, A. (2022). How Ukrainians See Relations Between Ukraine And Russia: The Results Of A Telephone Survey Conducted On July 6–20, 2022. *Kyiv International Institute of Sociology*. Retrieved from <https://www.kiis.com.ua/?lang=eng&cat=reports&id=1127&page=1>
- Ingenhof, D. (2018). A political leader's image in public diplomacy and nation branding. *International Journal of Communication*, 12. Retrieved from <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/viewFile/8186/2498>
- Khan, I. (2022). Zelensky humanizes Ukraine's plight in his social media messaging. *CNET*. Retrieved from <https://www.cnet.com/news/politics/zelenskyy-humanizes-ukraines-plight-in-hissocial-media-messaging/>
- Kramer, A.E. (2022). *Zelensky, whose career started in show business, pressed Hollywood for an appearance at the Oscars*. *New York Times*. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2022/03/27/world/europe/zelensky-oscars.html>
- Markessinis, A. (2010). Branding Ukraine. *Nation Branding*. Retrieved from <https://nation-branding.info/2010/03/10/branding-ukraine/>
- Nerozzi, T.H.J. (2022). Ukrainian first lady Olena Zelenska hosts summit moderated by Piers Morgan. *Fox News*. Retrieved from <https://www.foxnews.com/world/ukrainian-first-lady-olena-zelenska-hosts-summit-moderated-piers-morgan>
- Nye, J. (2022). *Eight lessons from the Ukraine War*: China-U.S. Focus. Retrieved from <https://www.chinausfocus.com/peace-security/eight-lessons-from-the-ukraine-war>
- Nye, J. (2008). *Public diplomacy and soft power*. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1). Retrieved from <https://journals.sagepub.com/doi/epdf/10.1177/0002716207311699>
- Palace of Culture 'Youth' in Mariupol. (2022) Retrieved from <https://ui.org.ua/en/postcard/palace-of-culture-youth-in-mariupol/>
- Parker J. (2022). *EU awards Ukraine and Moldova candidate status*. BBC. Retrieved from <https://www.bbc.com/news/world-europe-61891467>
- Russ, H. (2022). *McDonald's, Starbucks, Coke and Pepsi all halt sales in Russia*. Reuters. Retrieved from <https://www.reuters.com/markets/europe/morgan-stanley-backs-cautious-fed-rate-hikeukraine-crisis-fuels-inflation-2022-03-08/>
- Russia's Soft Power Collapses Globally Following Invasion, Attitudes Towards Ukraine Soar. (2022). Retrieved from <https://brandfinance.com/press-releases/russias-soft-power-collapses-globally-following-invasion-attitudes-towards-ukraine-soar>
- Shapero, J. (2022). *Russia surpasses Iran to become world's most sanctioned country*. Axios. Retrieved from <https://www.axios.com/2022/03/08/russiamost-sanctioned-country>
- Shuster, S. (2022). *Ukraine's First Lady Olena Zelenska takes on the trauma of war*. Time. Retrieved from <https://time.com/6194177/olena-zelenskaukraine-first-lady-interview/>
- Social Blade 2022. (2022). Retrieved from <https://socialblade.com/twitter/user/ukraine>
- Sologub, I. (2022). Fight for the Mind: What Did the Government Do in the Sphere of Culture and Media Since February 24. *Vox Ukraine*. Retrieved from <https://voxukraine.org/en/fight-for-the-mind-what-did-the-government-do-in-the-sphere-of-culture-and-media-since-february-24th/>
- Suciu, P. (2022). There are now hundreds of Volodymyr Zelensky impersonators on social media. *Forbes*. Retrieved from <https://www.forbes.com/sites/petersuciu/2022/03/16/there-are-now-hundreds-of-volodymyrzelenskyy-impersonators-on-social-media/?sh=369f0ee54a6e>

- Tereshchuk, V. (2016). Cultural diplomacy as a tool of Ukraine's foreign policy: Achievements and challenges. *The Copernicus Journal of Political Studies*, 2. Retrieved from https://www.academia.edu/80256822/Cultural_Diplomacy_as_a_Tool_of_Ukraine_s_Foreign_Policy_Achievements_and_Challenges
- The European Commission recommends to Council confirming Ukraine, Moldova and Georgia's perspective to become members of the EU and provides its opinion on granting them candidate status.* (2022). Retrieved from https://neighbourhood-enlargement.ec.europa.eu/news/european-commission-recommends-council-confirming-ukraine-moldova-and-georgias-perspective-become-2022-06-17_en
- Ukraine House opens in Washington.* (2021). Retrieved from <https://www.usubc.org/site/recent-news/ukraine-house-opens-in-washington>
- Ukraine NOW. Ukraine's new branding.* (2018). Retrieved from <https://bandaagency.com/case/ukraine-now>
- Ukraine Restricts Russian Books and Music in Latest Step of 'Derussification'.* (2022). Retrieved from <https://www.theguardian.com/world/2022/jun/20/ukraine-restricts-russian-books-and-music-in-latest-step-of-derussification>
- Ukraine's first lady appeals to members of Congress for continued support in fight against Russian invasion.* (2022). Retrieved from <https://news.yahoo.com/ukraine-first-lady-appeals-members-161126737.html>
- Watson, I. (2022). *It's our brand: Ukraine's government turns nation's bravery into biggest cultural export.* PR Week. Retrieved from <https://www.prweek.com/article/1752815/its-brand-ukraines-government-turns-nations-bravery-biggest-cultural-export>
- Wintour, P. (2022). *The Revenge of History in Ukraine: Year of War Has Shaken Up World Order.* The Guardian. Retrieved from <https://www.theguardian.com/world/2022/dec/26/ukraine-war-revenge-of-history-how-geopolitics-shaping-conflict>
- Zarembko, K. (2011). *Soft power and Ukraine.* Kyiv Post. Retrieved from <https://archive.kyivpost.com/article/opinion/op-ed/soft-power-and-ukraine100406.html>

REFERENCES

- Adler, N. (2022). Ukraine's Zelenskyy: A wartime statesman for the social media age. *Al Jazeera*. Retrieved from <https://www.aljazeera.com/features/2022/3/3/ukraines-zelenskyy-a-wartime-statesman-for-the-social-media-age>
- Blake, M. (2022). How Zelenskyy emerged as the antithesis of Putin and proved you don't need to be a strongman to be a great leader. *The Conversation*. Retrieved from <https://theconversation.com/how-zelenskyy-emerged-as-the-antithesis-of-putin-and-proved-you-dont-need-to-be-a-strongman-to-be-a-great-leader-178485>
- Braithwaite, S. (2022). Zelensky refuses U.S. offer to evacuate, saying 'I need ammunition, not a ride.' *CNN*. Retrieved from <https://www.cnn.com/2022/02/26/europe/ukraine-zelensky-evacuation-intl/index.html>
- Bureiko, N. (2021). Ukraine's public policy enters a new phase. *New Eastern Europe*. Retrieved from <https://neweasterneurope.eu/2021/06/23/ukraines-public-diplomacy-enters-a-new-phase/>
- Einhorn, S. (2022). Ukraine-Russia war: On social media, Zelensky already won. *Jerusalem Times*. Retrieved from <https://www.jpost.com/opinion/article-702750>
- Eremeyeva, I. A. (2021). Practical aspects of forming the international image of the state. *Regional Studies*, 24. <https://doi.org/10.32782/2663-6170/2021.24.17>
- European Council Conclusions EUROCO 24/22. (2022). Retrieved from <https://www.consilium.europa.eu/media/57442/2022-06-2324-euco-conclusions-en.pdf>
- Fan, Y. (2010). Branding the nation: Towards a better understanding. *Place Branding and Public Diplomacy*, 6(2). Retrieved from https://www.academia.edu/5185202/Branding_the_nation_towards_a_better_understanding
- First lady of Ukraine accepts computer donation from HP Inc. for Ukrainian children and healthcare workers.* (2022). Retrieved from <https://press.hp.com/us/en/press-releases/2022/ukraine-first-lady-accepts-hp-computer-donation.html>
- Friedman, V. (2022). In Washington, Olena Zelenska dressed for Ukraine. *New York Times*. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2022/07/21/style/olena-zelenska-washington-style.html>
- How Volodymyr Zelensky found his roar.* (2022). Retrieved from <https://www.economist.com/europe/2022/02/26/how-volodymyr-zelensky-found-his-roar>
- Hrushetskyi, A. (2022). How Ukrainians See Relations Between Ukraine And Russia: The Results Of A Telephone Survey Conducted On July 6-20, 2022. *Kyiv International Institute of Sociology*. Retrieved from <https://www.kiis.com.ua/?lang=eng&cat=reports&id=1127&page=1>
- Hukalova, I. (2023). Image and perception of Ukraine in the world: war experience. *Geographic education and science: challenges and progress: materials of the international scientific and practical conference dedicated to the 140th anniversary of geography at Lviv University (Lviv, May 18-20, 2023)*. (In 3 volumes. Volume 1). Lviv: Prostir-M.
- Ilyashenko, S. M. (2023). The influence of the international image of Ukraine on the prospects of its post-war innovative development. *Marketing and Digital Technologies*, 7(3). Retrieved from <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/download/313/204>
- Ingenhof, D. (2018). A political leader's image in public diplomacy and nation branding. *International Journal of Communication*, 12. Retrieved from <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/viewFile/8186/2498>
- Khan, I. (2022). Zelensky humanizes Ukraine's plight in his social media messaging. *CNET*. Retrieved from <https://www.cnet.com/news/politics/zelenskyy-humanizes-ukraines-plight-in-hissocial-media-messaging/>
- Kramer, A.E. (2022). *Zelensky, whose career started in show business, pressed Hollywood for an appearance at the Oscars.* New York Times. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2022/03/27/world/europe/zelensky-oscars.html>
- Ladychenko, K. (2023). Innovative dimensions of the transformation of the national brand of Ukraine in the conditions of war. *Problems and prospects of the development of innovative activity in Ukraine: challenges of wartime: theses add. XIV International business forum (Kyiv, March 23, 2023)*. <https://doi.org/10.31617/k.knute.2023-03-23>
- Markessinis, A. (2010). Branding Ukraine. *Nation Branding*. Retrieved from <https://nation-branding.info/2010/03/10/branding-ukraine/>
- Nerozzi, T.H.J. (2022). Ukrainian first lady Olena Zelenska hosts summit moderated by Piers Morgan. *Fox News*. Retrieved from <https://www.foxnews.com/world/ukrainian-first-lady-olena-zelenska-hosts-summit-moderated-piers-morgan>
- Nye, J. (2008). *Public diplomacy and soft power.* *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1). Retrieved from <https://journals.sagepub.com/doi/epdf/10.1177/0002716207311699>

- Nye, J. (2022). *Eight lessons from the Ukraine War*. China-U.S. Focus. Retrieved from <https://www.chinausfocus.com/peace-security/eight-lessons-from-the-ukraine-war>
- Palace of Culture 'Youth' in Mariupol. (2022) Retrieved from <https://ui.org.ua/en/postcard/palace-of-culture-youth-in-mariupol/>
- Parker J. (2022). *EU awards Ukraine and Moldova candidate status*. BBC. Retrieved from <https://www.bbc.com/news/world-europe-61891467>
- Russ, H. (2022). *McDonald's, Starbucks, Coke and Pepsi all halt sales in Russia*. Reuters. Retrieved from <https://www.reuters.com/markets/europe/morgan-stanley-backs-cautious-fed-rate-hikeukraine-crisis-fuels-inflation-2022-03-08/>
- Russia's Soft Power Collapses Globally Following Invasion, Attitudes Towards Ukraine Soar*. (2022). Retrieved from <https://brandfinance.com/press-releases/russias-soft-power-collapses-globally-following-invasion-attitudes-towards-ukraine-soar>
- Savon, K. V. (2019). International image of Ukraine: current state and development prospects. *Current Policy Issues*, 64. <https://doi.org/10.32837/app.v0i64.196>
- Shapero, J. (2022). *Russia surpasses Iran to become world's most sanctioned country*. Axios. Retrieved from <https://www.axios.com/2022/03/08/russiamost-sanctioned-country>
- Shevchenko, G. (2009). *The political and information dimension of state branding of Ukraine*. (Author's abstract for obtaining the scientific degree of candidate of political sciences). KNU named after T. Shevchenko.
- Shuster, S. (2022). *Ukraine's First Lady Olena Zelenska takes on the trauma of war*. Time. Retrieved from <https://time.com/6194177/olena-zelenskaukraine-first-lady-interview/>
- Social Blade* 2022. (2022). Retrieved from https://socialblade.com/twitter/user/ukraine_
- Sologub, I. (2022). Fight for the Mind: What Did the Government Do in the Sphere of Culture and Media Since February 24. *Vox Ukraine*. Retrieved from <https://voxukraine.org/en/fight-for-the-mind-what-did-the-government-do-in-the-sphere-of-culture-and-media-since-february-24th/>
- Suciu, P. (2022). There are now hundreds of Volodymyr Zelensky impersonators on social media. *Forbes*. Retrieved from <https://www.forbes.com/sites/petersuciu/2022/03/16/there-are-now-hundreds-of-volodymyrzelenskyy-impersonators-on-social-media/?sh=369f0ee54a6e>
- Tereshchuk, V. (2016). Cultural diplomacy as a tool of Ukraine's foreign policy: Achievements and challenges. *The Copernicus Journal of Political Studies*, 2. Retrieved from https://www.academia.edu/80256822/Cultural_Diplomacy_as_a_Tool_of_Ukraine_s_Foreign_Policy_Achievements_and_Challenges
- The European Commission recommends to Council confirming Ukraine, Moldova and Georgia's perspective to become members of the EU and provides its opinion on granting them candidate status*. (2022). Retrieved from https://neighbourhood-enlargement.ec.europa.eu/news/european-commission-recommends-council-confirming-ukraine-moldova-and-georgias-perspective-become-2022-06-17_en
- Ukraine House opens in Washington*. (2021). Retrieved from <https://www.usubc.org/site/recent-news/ukraine-house-opens-in-washington>
- Ukraine NOW. Ukraine's new branding*. (2018). Retrieved from <https://bandaagency.com/case/ukraine-now>
- Ukraine Restricts Russian Books and Music in Latest Step of 'Derussification'*. (2022). Retrieved from <https://www.theguardian.com/world/2022/jun/20/ukraine-restricts-russian-books-and-music-in-latest-step-of-derussification>
- Ukraine's first lady appeals to members of Congress for continued support in fight against Russian invasion*. (2022). Retrieved from <https://news.yahoo.com/ukraine-first-lady-appeals-members-161126737.html>
- Watson, I. (2022). *It's our brand: Ukraine's government turns nation's bravery into biggest cultural export*. PR Week. Retrieved from <https://www.prweek.com/article/1752815/its-brand-ukraines-government-turns-nations-bravery-biggest-cultural-export>
- Wintour, P. (2022). *The Revenge of History in Ukraine: Year of War Has Shaken Up World Order*. The Guardian. Retrieved from <https://www.theguardian.com/world/2022/dec/26/ukraine-war-revenge-of-history-how-geopolitics-shaping-conflict>
- Zarembo, K. (2011). *Soft power and Ukraine*. Kyiv Post. Retrieved from <https://archive.kyivpost.com/article/opinion/op-ed/soft-power-and-ukraine100406.html>