

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ІМЕНІ В. Н. КАРАЗІНА

СОЦІОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій

Пояснювальна записка

до кваліфікаційної роботи

на тему

**«МІЖНАРОДНИЙ РЕПУТАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ УКРАЇНИ.
КОМУНІКАВНІ СТРАТЕГІЇ ПІД ЧАС ВІЙНИ»**

Виконала: студентка 4 курсу групи ССК-41
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальності 054 Соціологія

Волобуєва А.О

Керівник: викладач Проценко М.В

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В. Н. КАРАЗІНА

Соціологічний факультет
Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій
Рівень вищої освіти (освітньо-кваліфікаційний рівень) бакалавр
Спеціальність 054 Соціологія

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувачка кафедри

_____ / Ірина СОЛДАТЕНКО

Підпис ім'я та
прізвище

«___» _____ 2023 року

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ (ПРОЄКТ)

_____ Волобуєвої Анастасії Олександрівни _____

(прізвище, ім'я, по батькові студента)

1. Тема роботи «Міжнародний репутаційний менеджмент України. Комунікативні стратегії під час війни»

керівник роботи _____ викладач Проценко М.В

(ім'я, прізвище, науковий ступінь, вчене звання)

затвержені наказом по університету від “___” _____ 2023 року № _____

2. Строк подання студентом роботи 23.05.2024

3. Перелік питань, які потрібно розробити

1) Основні теоретичні підходи до аналізу поняття репутаційного менеджменту.

1.1 Репутація як соціологічна категорія. Теоретичний аналіз.

1.2 Інструменти та технології міжнародного репутаційного менеджменту.

2) Особливості міжнародного репутаційного менеджменту України під час війни.

2.1 Комунікативні стратегії України під час війни

2.2 Держава та суспільство як суб'єкти формування репутації України.

3) Цифрові технології у міжнародному репутаційному менеджменті України.

3.1. Міжнародні цифрові проєкти в Україні під час війни

3.2. Контент аналіз проєкту #StandWithUkraine. Критичний аналіз результатів та рекомендацій для покращення.

4. План роботи

з/п	Назви етапів роботи
1	Розділ 1. Теоретичні засади міжнародного репутаційного менеджменту
2	Розділ 2. Особливості міжнародного репутаційного менеджменту України під час війни
3	Розділ 3. Цифрові технології у міжнародному репутаційному менеджменті України

5. Дата видачі завдання _____

Студент



підпис

Анастасія Волобуєва
ім'я і прізвище

Керівник роботи



підпис

Михайло Проценко
ім'я і прізвище

ЗМІСТ

ВСТУП	5
1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ МІЖНАРОДНОГО РЕПУТАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ	7
1.1 Репутація як соціологічна категорія. Теоретичний аналіз.....	7
1.2 Інструменти та технології репутаційного менеджменту	12
Висновки до розділу 1	18
2 ОСОБЛИВОСТІ МІЖНАРОДНОГО РЕПУТАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ УКРАЇНИ ПІД ЧАС ВІЙНИ	19
2.1 Комунікативні стратегії України під час війни	19
2.2 Держава та суспільство як суб'єкти формування репутації України	25
3 ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ У МІЖНАРОДНОМУ РЕПУТАЦІЙНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ УКРАЇНИ.....	36
3.1 Міжнародні цифрові проєкти в Україні під час війни	36
3.2 Контент аналіз проєкту #StandWithUkraine. Критичний аналіз результатів та рекомендацій для покращення.....	39
Висновки до розділу 3	44
ВИСНОВКИ.....	46
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	48
Додаток А.....	52
Додаток Б	54

ВСТУП

Питання репутації та іміджу держави на міжнародній арені є вкрай важливим в умовах глобалізованого світу, де боротьба за вплив та позиціонування національних інтересів потребує не лише «жорсткої сили», але й ефективних комунікативних стратегій. Саме «м'яка сила» в цьому контексті в поєднанні з інформаційною політикою у XXI столітті відіграє вирішальне значення. Особливої гостроти це набуває для України, що вже десятий рік веде виснажливу боротьбу з російським агресором, який невпинно атакує державу не лише на східних теренах, але й на міжнародній арені, намагаючись підірвати позиції України.

Тож питання ефективного репутаційного менеджменту та реалізації успішних комунікативних стратегій за таких складних умов є надзвичайно актуальними як в теоретичному, так і в практичному плані. Від здатності донести світу об'єктивну картину подій багато в чому залежить успішність міжнародної підтримки.

Водночас, незважаючи на очевидну важливість теми, в українській науковій літературі вона поки недостатньо розроблена, переважно фрагментарно в контексті досліджень з проблематики публічної або професійної дипломатії, як, наприклад, в роботах Дмитра Кулеби. У сфері питань трансформації міжнародного іміджу України серед вітчизняних вчених необхідно виділити І. А. Єремєєву, С. М. Ілляшенко, К. Ладиченко, І. Гукалову та інших. Практично відсутні комплексні наукові розвідки, присвячені конкретно репутаційному менеджменту України на тлі війни з росією.

Метою нашого дослідження є науковий аналіз проблем та перспектив міжнародного репутаційного менеджменту України в умовах війни, проведення контент-аналізу та розробка рекомендацій щодо окремих напрямків міжнародної комунікативної політики в умовах війни.

Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких дослідницьких завдань:

- 1) розкрити поняття «репутація» як соціологічна категорія, вивчити сутність та зміст міжнародного репутаційного менеджменту;
- 2) дослідити інструменти та технології репутаційного менеджменту;
- 3) проаналізувати сучасний стан репутації України на міжнародній арені;
- 4) визначити комунікативні стратегії України під час війни;
- 5) зробити контент-аналіз платформи #StandWithUkraine
- 5) розробити рекомендації для покращення об'єднаної платформи в умовах війни

Об'єктом дослідження є міжнародний репутаційний менеджмент України.

Предмет дослідження – теоретичні засади та технології реалізації міжнародного репутаційного менеджменту України в умовах війни з росією.

Для досягнення мети в роботі використано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження: аналіз та синтез - при опрацюванні наукових джерел та узагальненні результатів; системний підхід - для комплексного аналізу складників репутаційного менеджменту; метод аналогій - при вивченні досвіду провідних держав; прогностичний метод - для розробки рекомендацій та пропозицій.

Інформаційною базою слугували праці вітчизняних та закордонних фахівців з питань міжнародного репутаційного менеджменту; статистичні дані; матеріали ЗМІ; джерела мережі Інтернет.

1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ МІЖНАРОДНОГО РЕПУТАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

1.1 Репутація як соціологічна категорія. Теоретичний аналіз

У сфері соціології вчені заглиблюються в концепцію та значення «репутації» крізь глибинне розуміння цього поняття, що стосується як окремих осіб, так і соціальних колективів. У соціологічному дискурсі репутація відноситься до місцевого рівня громадської думки, що слугує вимірником суспільної важливості, яка приписується даній особі чи організації. Як правило, соціологічні дослідження пов'язують термін «репутація» з різними якостями, що мають соціальну значущість, такими як світогляд, професійні здібності та комунікативні навички. Крім того, важливо визнати різноманіття джерел репутації, які впливають із соціального середовища, що оточує людину, і охоплюють різні цільові групи з різними критеріями та очікуваннями.

Варто зазначити, що окремих праць які були б присвячені розгляду репутації у соціологічному полі мало. Дослідники репутації пов'язували це явище з економічними, психологічними, соціологічними дисциплінами, але вони носять більш фрагментарний характер та потребують міждисциплінарного підходу. [1]

Одним з продуктивних підходів до вивчення репутації у соціологічному полі є аналіз теоретичних принципів, що стосуються репутації в контексті сучасного соціального середовища. Цей аналіз враховує різні аспекти репутації та їх соціальну важливість, а також використовує інтердисциплінарний підхід, що охоплює соціальну філософію, економічну соціологію та інші соціальні науки.

Оскільки теоретичних інтерпретацій поняття «репутація» в межах соціологічної науки недостатньо, ми маємо зосередити увагу на довірі, що є одним з найдієвіших ресурсів сьогодення та фактично тотожною репутації.

Існує багато трактувань понять довіри та репутації, що унеможлиблює висвітлення якогось одного конкретного трактування. Ми можемо висунути гіпотезу, що обидві категорії (репутація та довіра) певною мірою є суб'єктивні за своєю суттю. Довіра та репутація ґрунтуються на сприйнятті та думці, не обов'язково на перевірених фактах, а також будуються на інформації, що надходить від різних сторін : аналітиків, PR-фахівців, та інших стейкхолдерів, у різних форматах та носіях, наприклад : новини, публікації, звіти, соціальні мережі, тощо.

Репутація та довіра становлять основні складові репутаційного менеджменту, який включає стратегії та дії для управління враженнями про організацію, бренд чи особу. Репутація відображає загальне ставлення до суб'єкта на основі його дій та характеристик, тоді як довіра передбачає віру в надійність та компетентність суб'єкта. Довіра є невід'ємною характеристикою стану суспільства, адже коли в країні високі показники довіри, то економіка йде вгору.

Тему довіри в соціології досліджували видатні зарубіжні науковці, такі як: П. Бурд'є, П. Штомпка, Н. Луман, Е. Гіденс, Т. Парсонс, М. Вебер, Дж. Коулмен, Г. Зіммель та ін. , а також українські науковці: Є. Головаха, І. Мартинюк, Г. Андрущенко, Н. Соболева та ін.

Для П. Бурд'є концепція довіри представляє собою символічний капітал, що функціонує як ресурс, який дозволяє отримувати матеріальну вигоду навіть у випадках, коли індивід не має наявних матеріальних ресурсів, але має достатній рівень довіри. Це визначається можливістю укладення договорів або угод, які приносять прибуток. [2]

На думку соціолога Г. Зіммеля, довіра відіграє вирішальну роль у розвитку домінуючих соціальних відносин у суспільстві, вона може трактуватися як форма контролю взаємодії учасників у соціумі. Іншими словами, той, хто має довіру у суспільстві, наділений специфічною владою.

Пізніше, концепції, що були введені Г. Зіммелем, знайшли свій відгук у дослідженнях теорії довіри П. Штомпки, безперечно, його праця «Довіра :

соціологічна теорія» стала вагомим внеском, соціолог не тільки підсумовує усі погляди, що були висунуті до нього, але й пропонує нам іншу перспективу. Штомпка визначає довіру як ставку на непередбачувані дії інших у майбутньому [3]. Це визначення означає, що довіра охоплює два важливі елементи: власні конкретні очікування та впевненість у дії.

П. Штомпка наголошує на різних формах довіри, виокремлюючи особисту, категоріальну, позиційну, групову, інституційну, комерційну та системну. У теорії діяльнісно-активістського підходу, що висвітлює польський соціолог у своїх працях, довіра виступає як основний стимул для взаємодії, навіть у ситуаціях невизначеності та ризику. Цей підхід аналізується з трьох вимірів: як характеристика відносин, як особистісна риса та як культурна складова конкретного суспільства.

Для П. Штомпки культурні зміни, які змушують застарілі соціальні відносини вийти з вживання, є стимулом для реконструкції системи довіри відповідно до нових вимог соціального життя.

Для певної групи соціологічних теорій характерно визначення довіри як окремої соціологічної категорії. Наприклад, у теорії системного аналізу

Н. Лумана довіра розглядається як внутрішня властивість системи, необхідна для її автономності. Додатково, довіра передбачає можливість альтернативних дій інших учасників взаємодії в умовах невизначеності та множинних ризиків [4]. Німецький соціолог характеризує довіру як механізм, що гарантує стабільність системи, тоді як для Е. Гіденса вона є механізмом, що підтримує стабільність особистого простору індивіда. Іншими словами, довіра є формою безпеки, що створює комфортні умови для життя індивіда в умовах постійних змін у середовищі глобальних викликів [5].

Е. Гіденс висуває три форми довіри, які існують у сучасному світі, а саме : особистісна, що базується на особистих та дружніх зв'язках; безособистісна, що відноситься до абстрактних систем та інститутів і узагальнена, яка є базовою настановою до взаємодій в суспільстві. За його думкою, ці три форми пронизують всі соціальні відносини.

Феномен довіри також розглядався у метафоричному контексті. Американський філософ та політолог Френсіс Фукуяма, який зараз активно висловлює свою позицію щодо війни в Україні, стверджував, що довіру можна ототожнити з моторним мастилом, що потребують усі механічні прилади, а в нашому випадку це мастило робить діяльність будь-якої групи значно ефективнішою [6].

Наразі ми бачимо багато трактувань та інтерпретацій поняття «довіра», кожен науковець вкладав в нього свій особливий сенс та бачення. Однак, окрім питання довіри, репутація також включає в себе поняття ідентифікації, цінності та іміджу. Зосередимо увагу на останньому. Якщо ми зазирнемо до словника, то отримаємо визначення терміну «імідж» як зовнішнього індивідуального вигляду, що створюється діяльністю ЗМІ, соціальними групами або власним зусиллям індивіда та має на меті викликати певне враження, думку [7].

Іміджологія - наука про створення образу будь-якого діяча, організації в масовій свідомості; сукупність прийомів, способів цілеспрямованого створення якогось образу [8].

Соціологічна наука вивчає поняття іміджу ототожнюючи його з соціальним портретом, личиною або престижем у соціумі. Оскільки поняття «імідж» було визначено як окрема категорія не так давно, ми можемо зазначити ім'я дослідників в соціології, що були тісно пов'язані з передумовами виникнення теорії іміджу та розробкою науково-теоретичних основ іміджу. Це І. Гофман, М. Вебер, Г. Лебон, Дж. Г. Мид, Т. Парсонс, З. Фрейд та ін.

Згідно з концепцією відомого вченого, соціолога і психолога ХХ століття - Ірвінга Гофмана, ми можемо розглядати імідж крізь призму драматургічного підходу [9]. Репутація персони або організації, а в нашому випадку – країни, у широкому розумінні багато в чому залежить від того враження, яке вона створює перед оточуючими за допомогою самопрезентації. Гофман використовує метафору театральної вистави, де грає певну роль і

намагається справити бажане враження на «глядачів». Відповідно, складовими репутації є ті аспекти діяльності компанії/персони, які формують загальний образ в уяві громадськості.

Усі аспекти життя, починаючи від особистих до суспільних, у соціолога описуються в театральному контексті, з такими ж термінами - це п'єса, сцена, актор, куліси, тощо. Виконання індивідом своєї ролі відбувається та залежить від конкретних зон, це передній план, задній план та зовнішня зона.

Передній план це місце, де відбувається презентація, при аналізі цієї зони соціолог намагається розглядати поведінку і прийоми самопрезентації індивіда. Норми поведінки і вміння вести бесіду, моральні вимоги, вибір одягу та аксесуарів важливі при створенні особливого враження на аудиторію.

Ми використовуємо предметне оточення як реквізит та охороняємо особистий простір – закулісся, де з'являється можливість відпочити після вистави.

Згідно з поглядами Гофмана, суспільство не має однорідної структури. [10] Через це, знаходячись у різних умовах ми завжди будемо діяти по-різному.

Гофман слідує концепції множинності соціальної особистості, введеної У. Джеймсом, за якою людина, оскільки вона бере участь у безлічі різних соціальних груп, має стільки різних соціальних «я», скільки існує груп, а у пріоритеті постає думка осіб, якими вона дорожить. Взаємодія при цьому відбувається не стільки між індивідами як суб'єктами, цілісними і неподільними, скільки між різними їхніми соціальними масками, які вони надягають немов зображують персонажів. Приймавши цю концепцію як відправну точку у своєму аналізі мікросистем взаємодії, Гофман прагне вивчати ці маски соціальних акторів, які зрештою прирастають до обличчя і стають більш справжніми «я», ніж уявним.

Маючи визначення іміджу, варто уточнити: імідж створюється в процесі такого специфічного виду суб'єктної взаємодії, як самопрезентація. Розгляд

іміджу як мети та результату процесу самопрезентації доводить, що цей феномен існував протягом усієї історії людства.

Для того щоб розкрити центральну ідею драматургічного підходу

І. Гофмана, слід звернути увагу на висловлювання Р. Парка: «Ймовірно, це не простий історичний збіг, що слова «особистість», «персона» у своїх початкових значеннях говорять про личину та маску. Швидше, це схоже на визнання факту, що завжди і скрізь, більш менш свідомо, кожна людина грає якусь роль... Саме в цих ролях ми пізнаємо один одного, у цих ролях ми пізнаємо самих себе» [11].

У цій цитаті автор розкриває свою гіпотезу: ми обираємо власну маску не випадково, а віддаємо перевагу тій, яка найкраще зображує, ким ми хочемо бути. Іншими словами, актор грає роль не лише для публіки, а й для себе самого, відтепер ця маска - це і є наше справжнє обличчя.

Отже, проаналізувавши репутацію як соціологічну категорію, варто зауважити, що в усіх своїх дослідженнях вчені торкалися різних аспектів репутації, але не розглядали її як окрему як ключову тему. Тому, приділення уваги таким складовим репутації як довіра та імідж поглибили та вдосконалили цей аналіз.

У інших соціальних науках, однак, існує значна кількість теоретичних концепцій та практичних матеріалів, присвячених безпосередньо репутації, зокрема детальну інформацію можна знайти в галузі менеджменту, фінансів та маркетингу.

1.2 Інструменти та технології репутаційного менеджменту

У сучасному динамічному та висококонкурентному бізнес-середовищі позитивна репутація є одним з ключових факторів успіху будь-якого суб'єкта-персони, компанії або країни. Саме репутація визначає рівень довіри та лояльності прихильників, інвестиційну привабливість, можливості залучення талановитих фахівців.

Проте репутація є надзвичайно крихким здобутком, який потребує постійної уваги та дбайливого ставлення. Одна помилка чи скандал можуть миттєво зруйнувати репутацію, над якою можна було працювати роками. Саме тому в умовах сучасності жодна серйозна організація не може дозволити собі ігнорувати репутаційний менеджмент [12].

Основною метою міжнародного репутаційного менеджменту є формування позитивного іміджу та довіри до компанії чи бренду на зарубіжних ринках. Це досягається за допомогою комплексу взаємопов'язаних завдань, наведених на рис. 1.1.

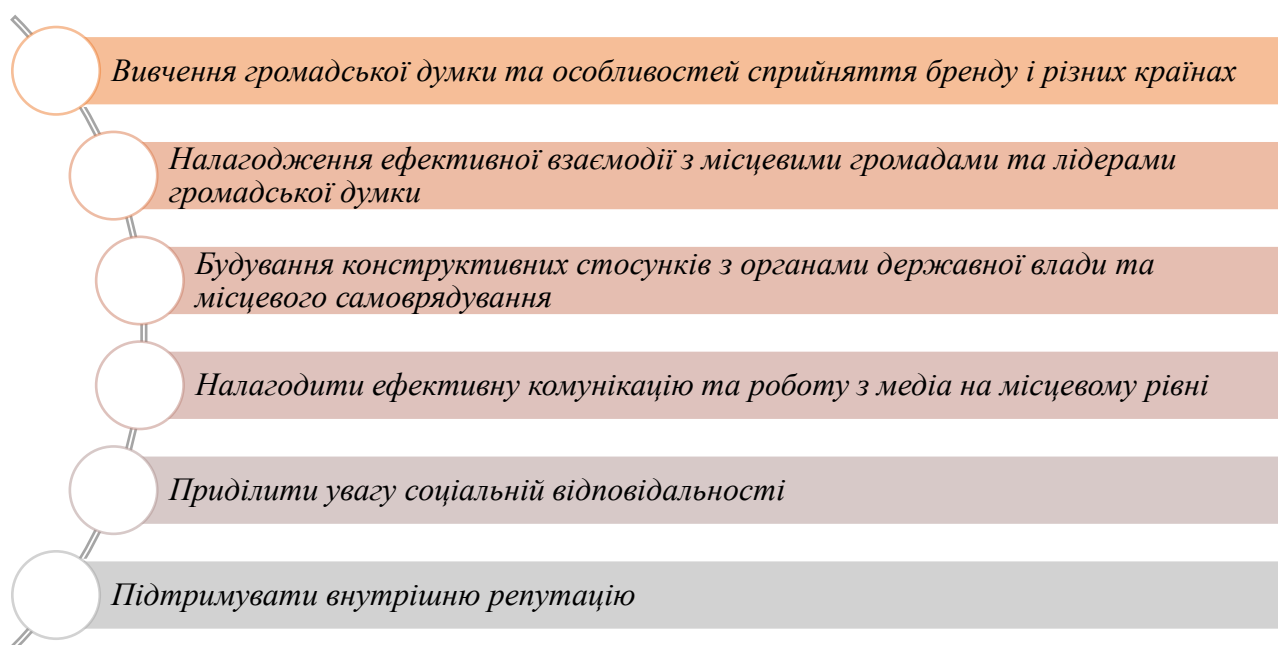


Рис. 1.1. Завдання репутаційного менеджменту

Ефективний репутаційний менеджмент неможливий без використання сучасних інструментів та технологій. Цифрова трансформація комунікацій значно розширила можливості для моніторингу та управління репутацією. Розвиток соціальних мереж та інших каналів онлайн-комунікацій дозволяє в режимі реального часу відстежувати згадки про суб'єкт, аналізувати тональність, прогнозувати репутаційні ризики та оперативно на них реагувати.

Основні напрямки репутаційного менеджменту включають моніторинг та аналіз репутації, роботу з негативом та кризові комунікації, підтримку

позитивного іміджу, внутрішні комунікації та інформаційну безпеку. Для кожного з цих напрямків існують спеціальні інструменти та технології, які дозволяють системно та ефективно управляти репутацією.

Тож, розгляньмо детальніше сучасні підходи, методи та технологічні рішення в сфері репутаційного менеджменту (рис. 1.2) Адже грамотне використання цих інструментів є запорукою успішного формування міжнародної підтримки та захисту репутації в довгостроковій перспективі.

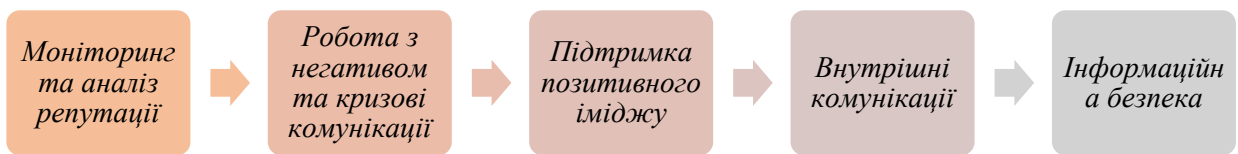


Рис. 1.2 - Інструменти репутаційного менеджменту

Моніторинг та аналіз репутації є важливою складовою репутаційного менеджменту. Він дозволяє компаніям відстежувати свою репутацію в інтернеті, соціальних мережах, ЗМІ та інших джерелах. Для моніторингу використовуються спеціальні інструменти та технології, з їх допомогою можна відстежувати згадування бренду чи персони, відгуки клієнтів, публікації в ЗМІ, обговорення в соцмережах тощо. Системи моніторингу дозволяють швидко знаходити та аналізувати інформацію про компанію з різних джерел.

Одним з ключових інструментів репутаційного менеджменту є пошук по ключових словах, моніторингові системи відстежують згадування бренду, назви компанії, товарів, послуг або інших слів, пов'язаних з бізнесом. Це дозволяє оперативно знаходити будь-яку інформацію в інтернеті. Також застосовуються технології семантичного аналізу та машинного навчання, що дозволяють системам розуміти контекст згадувань бренду і робити висновки про тональність - позитивну, негативну чи нейтральну, це те що ми з вами

згодом будемо розбирати у контент-аналізі. На основі цього будується загальна картина сприйняття продукту аудиторією.

У контексті держави, яку ми розглядаємо, важливим є аналіз офіційних соціальних мереж політиків та каналів комунікації, де користувачі можуть висловити свої думки, залишивши коментарі. За допомогою спеціальних інструментів відстежуються згадування в Twitter, Facebook, Instagram, YouTube та інших популярних соцмережах. Керівник Офісу Президента України Андрій Єрмак у своєму Telegram-каналі обрав нестандартний підхід передачі інформації, а саме – емодзі. Так він зашифрує свої повідомлення тим самим зацікавлюючи аудиторію (рис. 1.2).



Рисунок 1.2 – Зашифровані меседжі Андрія Єрмака

Негативна інформація та кризові ситуації можуть суттєво зашкодити репутації компанії, тому важливою складовою репутаційного менеджменту є робота з негативними реакціями та кризові комунікації. По-перше, потрібно налагодити комунікативний зв'язок, щоб оперативно виявляти будь-яку негативну інформацію та ознаки кризи. Відгуки користувачів, публікації в ЗМІ, обговорення в соцмережах мають швидко аналізуватися в режимі реального часу.

По-друге, необхідно чітко класифікувати можливі кризові ситуації та розробити сценарії реагування. Наприклад, як діяти у разі витoku конфіденційних даних, техногенної аварії тощо. Для кожного сценарію мають

бути прописані конкретні кроки. Політка замовчування та приховування інформації була продемонстрована у 1986 році під час техногенної екологічно-гуманітарної катастрофи на Чорнобильській АЕС. [13]

У разі виникнення кризи ключовим є швидке реагування. Потрібно визначити пріоритети, зібрати максимум інформації про ситуацію, обрати стратегію комунікації. Найчастіше застосовується стратегія визнання проблеми та пошуку шляхів її вирішення. Комунікація має бути відкритою, чесною, своєчасною. Варто уникати замовчування чи надання неповної інформації, інакше це лише погіршить ситуацію. Послання для ключових цільових аудиторій мають готуватися заздалегідь. Основні канали для кризових комунікацій - соцмережі, вебсайти, електронні розсилки, звернення керівництва.

Тож, робота з негативом і кризові комунікації є важливою частиною діяльності з репутаційного менеджменту, вони потребують комплексного підходу, залучення професійних фахівців PR та миттєвого реагування, інакше будуть важкі та страшні наслідки.

Підтримка позитивного іміджу є ще одним ключовим завданням репутаційного менеджменту. Це безперервний складний процес, який вимагає часу та конкретної методики. При аналізі поточного іміджу України, треба відповісти на питання: Які асоціації виникають у людей за кордоном при згадці країни? Наразі ми розуміємо, що перша асоціація – війна.

Далі розробляється комунікативна стратегія для посилення позитивних асоціацій та подолання вже сформованих негативних стереотипів. Важливо послідовно транслювати цінності держави ключовим іноземним аудиторіям, оскільки це формує міжнародну підтримку, а соціальна відповідальність за громадян своєї країни та прозорість інформації формує образ надійного партнера, який дбає про суспільство. Важливу роль відіграє швидке реагування на проблеми людей, щоб їх почули.

Потрібно дбати про репутацію лідерів думок України, їхні публічні виступи та інтерв'ю дуже впливають на імідж держави, Президент Володимир

Зеленський, як харизматичний лідер, починав свій політичний шлях з влучних текстів у відеопромовах, які чіпляли народ, і на той час це ефективно спрацювало. 73 % українців на президентських виборах 5 років тому віддали свій голос на користь Зеленського. Шостий президент України доказав що вміє говорити так, що його слухає весь світ, тому в міжнародному колі він отримав негласне прізвисько - єврейський Вінстон Черчилль.

Отже, підтримка позитивного іміджу - це системна робота на всіх рівнях, від внутрішніх комунікацій до зовнішніх проявів соціальної відповідальності. Її мета - транслювати цінності компанії, викликати довіру та повагу цільової аудиторії. Грамотний репутаційний менеджмент дозволяє сформувати бажаний позитивний імідж бренду [14].

Інформаційна безпека є ще одним важливим елементом захисту репутації країни. Адже витік конфіденційних даних, кібератаки чи поширення фейкових новин можуть завдати значної шкоди іміджу державі, що, власне, й відбувається впродовж цих двох років війни.

Доцільно розробити план дій на випадок витоку важливих даних або масштабної кібератаки.

Таким чином, репутаційний менеджмент являє собою комплексну систему, що включає широкий набір інструментів - від аналітики та стратегічного планування до оперативного реагування на конкретні виклики. Адже грамотне їх поєднання та застосування дозволяє мінімізувати ризики, ефективно протидіяти загрозам та зміцнювати позитивний імідж і репутацію.

Висновки до розділу 1

У цьому розділі розглянуто основні теоретичні підходи до вивчення репутації як соціологічної категорії. Зокрема, проаналізовано сутність понять репутації та іміджу, їх співвідношення та відмінності. Репутація є більш стійким та довготривалим явищем, яке ґрунтується на реальних діях компанії та її якостях. В той час як імідж є штучно сформованим образом, який може не відповідати дійсності.

Досліджено різні моделі та підходи формування репутації, зокрема формування іміджу в контексті драматургічного підходу І. Гофмана. Проаналізовано підходи до оцінювання та вимірювання репутації за допомогою різних індексів та рейтингів. Розглянуто сутність міжнародного репутаційного менеджменту як систематичної діяльності з формування, підтримання та захисту репутації країни на міжнародному рівні. Визначено його цілі, завдання та принципи. Запропоновано модель міжнародного репутаційного менеджменту, яка включає аналіз репутаційного середовища, формування стратегії, її реалізацію та оцінку результативності.

Досліджено специфіку міжнародного репутаційного менеджменту, яка полягає у врахуванні національних та культурних відмінностей цільових аудиторій при побудові репутації. Запропоновано шляхи зміцнення міжнародної репутації, серед яких: дотримання єдиних стандартів якості, координація комунікативної політики, соціальна відповідальність, побудова сильного бренду держави. Обґрунтовано, що ефективний міжнародний репутаційний менеджмент в межах країни потребує індивідуального підходу з урахуванням специфічних ознак.

Отже, у розділі сформовано теоретичне підґрунтя для подальшого вивчення практичних аспектів міжнародного репутаційного менеджменту. Запропоновано концептуальні моделі та підходи, що дозволяють комплексно аналізувати міжнародну репутацію та розробляти ефективні стратегії її формування з урахуванням національних та культурних особливостей.

2 ОСОБЛИВОСТІ МІЖНАРОДНОГО РЕПУТАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ УКРАЇНИ ПІД ЧАС ВІЙНИ

2.1 Комунікативні стратегії України під час війни

Повномасштабне вторгнення росії в Україну 24 лютого 2022 року стало нечуваним викликом для української держави та міжнародного суспільства. Незважаючи на великі труднощі, Україна з перших годин війни здійснила мобілізацію всіх ресурсів для опору та згуртувала міжнародну підтримку навколо себе. Важливу роль у цьому відіграли продумані комунікативні стратегії України (рис. 2.1).

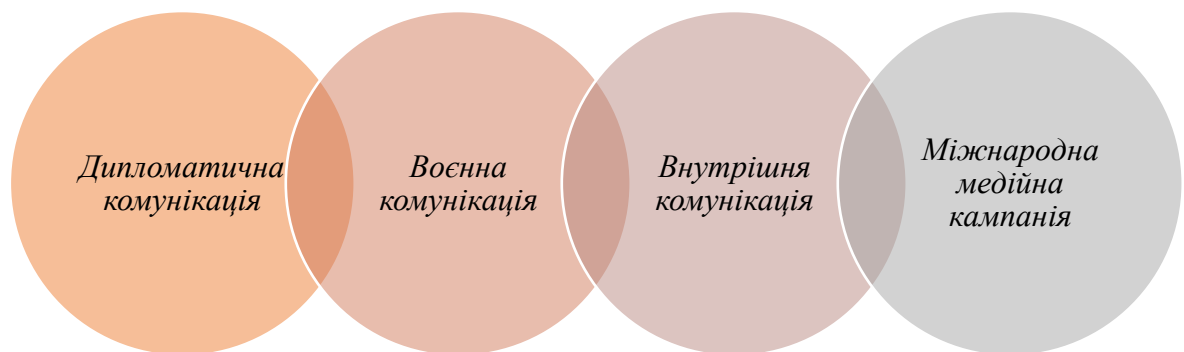


Рис. 2.1. Комунікативні стратегії України під час війни

По-перше, це налагодження ефективної дипломатичної комунікації для донесення української позиції та координації з західними партнерами. По-друге, воєнна комунікація для підтримки бойового духу армії та населення. По-третє, внутрішня комунікація задля консолідації суспільства навколо уряду та цілей відсічі агресії. І по-четверте, масштабна міжнародна медійна кампанія для підриву російської пропаганди та формування глобальної коаліції підтримки України. Саме злагодженість всіх цих комунікативних зусиль дозволяє Україні вистояти проти сил ворога та отримати допомогу

цивілізованого світу. Тому детальний аналіз кожної зі складових є вкрай важливим.

Дипломатія відіграє ключову роль в українській боротьбі за свободу та незалежність, адже саме завдяки ефективним дипломатичним зусиллям нам вдається об'єднати міжнародну коаліцію підтримки та стримувати подальшу ескалацію з боку росії.

Одним з головних напрямків дипломатичної комунікації України залишається активне міжнародне лобіювання. Президент Володимир Зеленський, міністр закордонних справ Дмитро Кулеба, посол у США Оксана Маркарова та інші топ-дипломати проводять інтенсивну роботу зі світовими лідерами, виступають у парламентах та на міжнародних майданчиках. Головне завдання – переконати країни Заходу посилити військову, фінансову та політичну підтримку України для стримування російської агресії.

За останні два роки Зеленський виступив з промовами у парламентах Британії, ЄС, Канади, Японії, Австралії, Бельгії та багатьох інших країн, як лідер країни він також взяв участь у самітах Великої сімки, НАТО, зустрічах з лідерами США, Німеччини, Франції. Головні меседжі – заклики до запровадження безпольотної зони, постачання важкого озброєння, розширення санкцій проти РФ та надання Україні статусу кандидата в ЄС. І хоча далеко не всі ці заклики втілилися на практиці, вони справляють сильний комунікативний та політичний тиск на Захід. Президент України з першого дня повномасштабного вторгнення записує відеозвернення про події за день, які публікуються в офіційному Telegram-каналі, на YouTube-каналі «Офіс Президента України», в межах «Єдиного марафону» та на інших медіа-платформах. Одним з найпопулярніших звернень Володимира Зеленського під час війни досі залишається виступ у Конгресі США, грудень 2022, що справив сенсаційне враження на світове суспільство. [15]

Важливе значення в лобіюванні інтересів України має й публічна дипломатія наших посольств та дипломатичних місій за кордоном. Посли активно співпрацюють із політиками та експертами країн перебування,

виступають на ТБ, дають інтерв'ю місцевій пресі. Вони пояснюють контекст війни, спростовують міфи російської пропаганди, апелюють до громадської думки та урядів. Ця ґрунтовна комунікативна робота є запорукою формування та підтримки проукраїнських настроїв у суспільствах зарубіжних країн.

Також варто відзначити особистий внесок першої леді Олени Зеленської у дипломатичну комунікацію України. Її емоційні та морально-етичні звернення до західних політиків і громадськості, виступи у Конгресі США та парламентах інших країн, в тому числі на засіданні Парламентської асамблеї Ради Європи [16], мають дуже сильний вплив. Адже пані Олена говорить передусім як дружина та мати, яка цінує інститут сім'ї та болісно переживає страждання українців, у цей час ми бачимо відтворення особливого емоційного зв'язку з зарубіжною аудиторією.

Отже, ефективна багаторівнева дипломатична комунікація України відіграє вирішальну роль у консолідації міжнародної коаліції на нашу підтримку. Йдеться не лише про офіційні перемовини чи публічну дипломатію, але й про налагодження глибинних емоційних зв'язків зі світовими лідерами та суспільствами. Саме завдяки цим комунікативним зусиллям Україна змогла вистояти проти набагато сильнішого за ресурсами ворога та отримує шанс на остаточну перемогу у цій боротьбі. Тож ми маємо і надалі послідовно доносити правду про російські злочини та потреби України до кожної зарубіжної аудиторії.

Українські Збройні Сили та інші військові формування також активно використовують комунікативні стратегії для досягнення своїх цілей у війні з росією. По-перше, вони регулярно інформують населення про перебіг бойових дій. Генеральний штаб ЗСУ, Міністерство оборони, СБУ та інші органи публікують повідомлення про успішні операції українських військ, звільнення населених пунктів, знищення ворожої техніки та живої сили. Це робиться для підняття бойового духу українців, демонстрації сили власної армії та створення впевненості у перемозі.

Крім того, українські військові інформують про загрозливі дії росіян, обстріли мирних міст, руйнування інфраструктури. Мета – засудити злочини окупантів, закликати західних партнерів до посилення санкцій та військової підтримки України.

Другий важливий напрямок – підтримка бойового духу військових і цивільних. ЗСУ поширюють відео про героїчні вчинки українських воїнів, їхню самовідданість і жертвність. Водночас армія показує людяне ставлення до полонених, поранених російських солдатів. Цим Україна демонструє свою моральну перевагу над катами та руйнівниками, також поширюються заклики підтримати українську армію, допомогти захисникам у тилу, це консолідує суспільство перед загрозою.

Третій напрямок – тиск на росію шляхом публікації доказів її злочинів. СБУ, правоохоронці, місцева влада з окупованих територій збирають і поширюють свідчення вбивств мирних жителів, тортур, мародерства російських військ.

Окремо військові публікують дані про загибель російських солдат, знищену техніку. Цифри втрат деморалізують армію супротивника, а також громадян росії, які починають ставити під сумнів пропаганду Кремля. Тож, українські військові ефективно використовують інформаційний простір як поле битви. Вони об'єктивно інформують про бойові дії, викривають злочини окупантів, що допомагає Україні протистояти російській пропаганді, отримувати підтримку Заходу та рухатися далі.

Також, українська влада вдається до ефективних комунікативних стратегій всередині країни, щоб об'єднати суспільство перед загрозою та протидіяти російській пропаганді.

По-перше, уряд і ЗМІ формують повідомлення, спрямовані на консолідацію громадян навколо влади та армії. Президент Зеленський звертається до українців із закликами єднатися, довіряти армії, владі, один одному, поширюються гасла «Єдина країна», «Разом до перемоги». У ЗМІ висвітлюється героїзм громадян українців, волонтерів, які допомагають

фронту і тилу. Це показує – кожен може внести свій вклад у боротьбу з агресором. Так формується відчуття спільної мети, об'єднання навколо захисту Батьківщини.

По-друге, в Україні, окрім більшої частки новин про російський терор, формується позитивне інформаційне поле. Кожного дня ЗМІ нам активно показують стійкість українців та згуртованість громад. Незважаючи на всі події військової агресії з боку держави-сусіда, що трапляються кожен день в нашій країні, у мережі зокрема ширяться гарні новини про успіхи українців у різних сферах діяльності, допомогу іноземних партнерів, залученість волонтерських організацій, відкриття нових закладів та запуски проєктів. Люди бачать – країна живе і може розвиватися, попри війну, а уряд активно намагається вирішувати гуманітарні та економічні питання. Життя попри війну стало своєрідним гаслом України та отримало свої відгалуження, як, наприклад, «Освіта попри війну» – активно будуються підземні школи, щоб діти мали змогу вчитися офлайн у кабінетах. Перший такий альтернативний заклад освіти нещодавно відкрили у Харкові, згодом планується відкриття у Миколаївській, Одеській, Запорізькій, Сумській та Чернігівській областях

По-третє, в Україні протидіють дезінформації та паніці, поширюваним росією. СБУ блокує ботів і фейкові аккаунти в соцмережах, ЗМІ спростовують фейки про здачу міст, втечу Зеленського, і багато іншої брехні, що навіюється з боку сусідів. Держава закликає перевіряти інформацію, поширювати лише правдиві новини і уникати паніки. Коли громадяни отримують реальну картину подій, це запобігає хаосу, якого прагне РФ. Отже, ефективна внутрішня комунікація допомагає Україні протистояти російській загрозі. Вона об'єднує суспільство, піднімає бойовий дух, формує довіру і стійкість перед будь-якими викликами. Адже впевненість у власних силах це запорука перемоги над агресором.

З початком повномасштабного вторгнення росії в Україну 24 лютого 2022 року, українська влада усвідомила важливість проведення масштабної міжнародної медійної кампанії для поширення правдивої інформації про війну

та залучення підтримки провідних західних ЗМІ й урядів для розголосу реальної картини подій до всього світу стало стратегічно важливим завданням.

Першочерговим кроком стало налагодження тісної комунікації Києва з провідними західними медіа: CNN, BBC, The New York Times, The Washington Post та ін. З перших днів війни вони отримували оперативну інформацію про розвиток подій від української влади, а також мали можливість безперешкодно працювати на території країни і робити власні репортажі. Це дозволило Україні донести правду про масштабні обстріли мирних міст, страждання цивільного населення, героїзм українських військових до аудиторії у сотні мільйонів людей по всьому світу.

Одночасно українська влада активно використовувала соцмережі та інші цифрові канали для прямого інформування міжнародної громадськості. Зеленський і члени уряду щодня публікують звернення і оновлення англійською мовою у Twitter, залучаючи мільйони передплатників. Прості українці діляться свідченнями з місць подій. Це дозволяє подолати російську пропаганду і маніпуляції, апелюючи безпосередньо до людей у всьому світі.

Крім того, Україна ініціювала низку інформаційних кампаній за кордоном, що спрямовані на згуртування підтримки. Наприклад, акція #StandWithUkraine у другу річницю війни в Україні зібрала українців та громадян інших країн у спільній меті - приєднатися до мітингів по всьому світу; з відповідною датою евакуації захисників з "Азовсталі" біля Палацу культури і науки у Варшаві відбулася акція-перформанс "Free Azovstal Defenders", організована громадською ініціативою Євромайдан-Варшава. Цей захід був частиною глобальної серії демонстрацій, які проходять у 19 містах по всьому світу [17].

Це допомагає залучити звичайних людей на підтримку України

Водночас Україна веде активну боротьбу з російською дезінформацією та пропагандою на міжнародній арені. Зокрема, викриває брехню росЗМІ, спростовує фейкові новини, ініціює блокування пропагандистських каналів. Українські дипломати регулярно вимагають від західних партнерів посилення

тиску на росію з приводу її брутальної пропаганди. Адже вона не лише виправдовує злочини на війні, але й розпалює ненависть та ксенофобію в російському суспільстві.

Тож, комплексна міжнародна медійна кампанія стала важливою складовою комунікативної стратегії України на тлі повномасштабного вторгнення. Завдяки відкритості для іноземних ЗМІ, активній роботі в соцмережах, інформаційним кампаніям серед громадян зарубіжних країн вдалося зібрати потужну антиросійську коаліцію та послабити вплив ворожої пропаганди. Це є запорукою подальшої успішної боротьби за світову підтримку України на шляху до перемоги.

Отже, можна констатувати, що комунікативна політика стала одним з ключових чинників, які дозволили Україні чинити ефективний опір російському вторгненню. Зокрема, налагодження тісної дипломатичної комунікації з західними партнерами забезпечило масштабну військову та гуманітарну підтримку нашої країни. А консолідація суспільства навколо загальнонаціональних цілей через внутрішню комунікацію сприяла масовому героїзму українців. Водночас потужна міжнародна медійна кампанія дозволила прорвати російську пропаганду і зібрати глобальну антиросійську коаліцію. А чітка військова комунікація підтримує високий бойовий дух українських захисників. Завдяки цим складовим Україна здатна протистояти агресору, незважаючи на його переваги у силах та ресурсах. Продумана комунікативна стратегія залишається запорукою перемоги України у війні з росією.

2.2 Держава та суспільство як суб'єкти формування репутації України

Репутація країни на міжнародній арені має велике значення, впливаючи на її економічний потенціал, політичну впевненість та соціокультурний обмін з іншими державами. Україна, як ключовий гравець у глобальних справах, не

залишається осторонь цього процесу. Її репутація формується на основі різноманітних факторів, таких як міжнародні відносини, економічна стабільність, культурний обмін та інші.

Аналіз сучасного стану репутації України на міжнародній арені є актуальним завданням, що вимагає об'єктивності та комплексного підходу. У цьому розділі ми розглянемо особливості формування репутації України за допомогою двох напрямків : держава та суспільство, оглянемо основні вимірювальні інструменти та визначимо цільові орієнтири нашого аналізу.

Роль держави у формуванні репутації України відіграє уряд та політичні діячі, зокрема Президент Володимир Зеленський та Міністр закордонних справ Дмитро Кулеба, які займають ключові ролі у цій справі. Володимир Зеленський невтомно працює над тим, щоб заручитися міжнародною підтримкою та солідарністю з боку західних держав. Його зусилля мають вирішальне значення у контексті невизначеності подальшої долі держави, для представлення світу єдиного і сильного образу незалежної і самобутньої України та вирішення проблем на дипломатичному рівні.

Міністр Кулеба, з іншого боку, відіграє важливу роль у вирішенні складних питань міжнародних відносин, забезпечуючи, щоб голос України був почутий на глобальних форумах. Їхні спільні зусилля суттєво вплинули на становище України та продовжують зміцнювати відданість країни суверенітету та демократичним цінностям.

Крім того, ці політичні лідери також активно відзначають і просувають українські досягнення на світовій арені. Реакція Зеленського на перемогу Олександра Усика над Тайсоном Ф'юрі підкреслює не тільки особисте досягнення спортсмена, а й символ української сили та витривалості, коли усі українці разом згуртувалися та щиро вболівали за свого спортсмена. В особливості, коли визнання з боку лідерів держави посилюють національну гордість і командний дух.

У той час як держава закладає основи міжнародної дипломатії та політичної сили, суспільство збагачує репутацію України через культурну,

спортивну, журналістську, волонтерську та багато інших діяльностей. [18] Дипломатичні представництва мають ініціювати та підтримувати гастролі українських митців, фестивалі української культури, кінофестивалі, презентації української літератури тощо. Наприклад, фільм «20 днів в Маріуполі» розповідає про перші тижні бойових дій у Маріуполі Донецької області під час повномасштабного вторгнення росії в Україну 2022 року. Кіно на момент виходу стрічки стало найкасовішим документальним фільмом в Україні, зібравши 500 тисяч гривень тільки за перші вихідні дні прокату [19]. Стрічка перемогла у номінації «Найкращий повнометражний документальний фільм», що принесло перший Оскар Україні. А Мстислав Чернов – режисер, оператор та головний діючий актор фільму отримав премію Гільдії режисерів США (DGA Awards) за «видатні режисерські досягнення в документальному кіно».

У сфері кіно нещодавно проявив фурор й документальний фільм Антона Птушкіна – українського телеведучого, блогера та головного мандрівника країни, фільм має назву «Ми, наші улюбленці та війна. Цей фільм, що розповідає пронизливу історію евакуації тварин під час війни, не лише став рекордсменом у документальному українському кіно, де за перші дні прокату зібрав 2.3 млн. гривень, перевищивши прокат переможного фільму «20 днів у Маріуполі», але й продемонстрував гуманну та милосердну сторону України в умовах війни. Успіх фільму, який відзначився дивовижними зборами та міжнародною популярністю, підкреслює силу сторітелінгу у формуванні національної ідентичності та репутації усієї країни. Тож не менш важливою є культурна дипломатія як засіб покращення іміджу України.

Спортивна сфера також принесла значний внесок у репутацію України. Перемога Олександра Усика над Тайсоном Ф'юрі, яка зробила його абсолютним чемпіоном світу з боксу у важкій вазі, є яскравим свідченням українських спортивних досягнень, що викликають резонанс у всьому світі, надихаючи на захоплення та повагу. Аналогічно ми можемо зазначити успіх української національної збірної з футболу, яка вийшла у плей-офф Євро-2024

та буде представляти країну в Німеччині. Безсумнівно цей факт зміцнює міжнародну репутацію України як рушійної непереможної сили.

Крім того, культурна присутність України на таких пісенних конкурсах як Євробачення, підкреслює мистецький талант і креативність нашої країни. Третє місце на 68-му пісенному конкурсі «Євробачення» демонструє здатність України блищати на міжнародних культурних заходах, відображаючи суспільство, багате на мистецьку майстерність. Отже, як ми бачимо, наразі Україні не вистачає тільки найголовнішої перемоги – над російським терором.

Трохи відходячи від теми культури та спорту, перед нами також стоїть завдання з'ясувати, як сприймається Україна на міжнародній арені, які чинники впливають на її репутацію та які можливості для її покращення існують. Ми спираємося на актуальні соціологічні дослідження, що надають нам важливу статистичну інформацію і графіки та ілюстрації, для наглядного використання об'єктивних даних.

Україна, як суб'єкт міжнародних відносин, постійно піддана оцінці свого місця та ролі в глобальному співтоваристві. Для більш точного розуміння стану репутації країни на міжнародній арені проведемо аналіз актуальних соціологічних досліджень.

Згідно з моніторингом Інституту соціології НАН України, рівень міжособистісної довіри до України на початку трансформаційного періоду становить 32%. У 2023 році проведено дослідження, що виміряло рівень довіри до різних країн світу, за результатами цього дослідження репутація України оцінювалася на позитивному рівні порівняно з іншими країнами. Довіра до України - 32%, до США - 45%, до Німеччини - 55%, до Японії – 40% (див. рис. 2.1) [20].

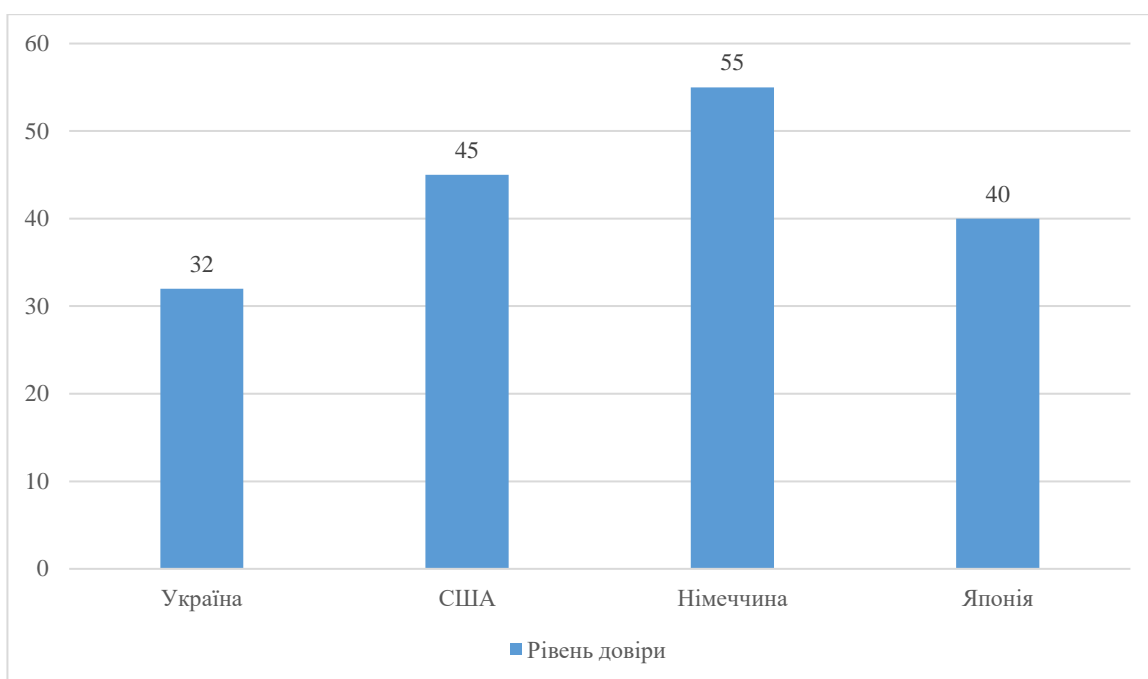


Рис. 2.1. Рівень довіри до України на міжнародній арені у 2023 році

Таким чином ми можемо спрогнозувати, що репутаційна діяльність України потребує значного покращення, оскільки рівень довіри до країни відчутно нижчий порівняно з іншими представленими країнами. Глибокий аналіз факторів, що впливають на цю низьку довіру та сприяння розробці стратегій для покращення репутації України на міжнародній арені – це саме те чого ми зараз потребуємо.

Невід'ємною складовою репутації будь-якої країни є її зовнішньополітична ситуація, а в разі України - це війна на її території. Війна в Україні є одним із ключових факторів, що впливає на сприйняття країни міжнародним співтовариством. Воєнні дії, порушення прав людини, гуманітарна криза - усе це створює негативне сприйняття та впливає на рівень міжнародної довіри до України.

Ця війна має комплексний вплив на репутацію країни, адже вона впливає не лише на безпеку та стабільність в регіонах, але й формує загальне уявлення про Україну як про державу, що переживає складні часи. На міжнародній арені воно спричиняє сумніви у стабільності країни, негативно впливає на

інвестиційний клімат, а також стає причиною обмежень у співпраці та партнерствах з іншими країнами в бізнес-середовищі.

Аналіз зарубіжних ЗМІ є одним з ключових інструментів для зрозуміння сприйняття України на міжнародному рівні [21]. Засоби масової інформації, що діють на міжнародному рівні, відіграють важливу роль у формуванні образу країни та визначенні її місця в глобальній політичній та економічній системі. Тому проведення аналізу тону та обсягу публікацій про Україну в провідних світових ЗМІ є невід'ємною частиною вивчення стану репутації країни на міжнародній арені.

Проведене дослідження громадською організацією BRAND UKRAINE за експертної підтримки та в консультаціях з МЗС України. [22], яке аналізувало не лише кількість публікацій про Україну в зарубіжних ЗМІ, але й їх тон та зміст. Дослідження було проведено із метою аналізу сприйняття України на міжнародному рівні та виявлення можливих тенденцій у формуванні образу країни. Розглянуті публікації враховувалися як зі сторони провідних міжнародних видань, так і з точки зору регіональних та національних ЗМІ в різних країнах світу.

З графіку на рис. 2.2 видно, що обсяг публікацій про Україну в зарубіжних ЗМІ зросло за 2023 рік, порівняно з попередніми роками.

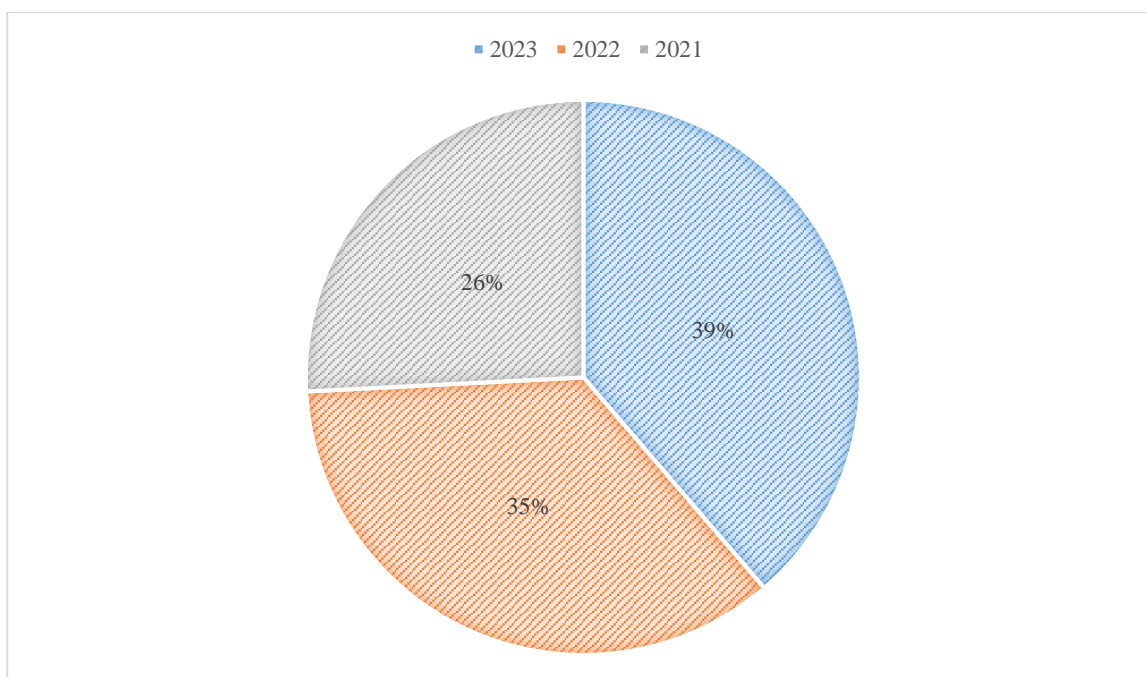


Рис. 2.2 Обсяг міжнародних публікацій за 2021-2023 роки

Аналіз зарубіжних ЗМІ стає особливо важливим у контексті повномасштабної війни, яка спалахнула у 2022 році. Війна не лише спричинила значні зміни у внутрішній політиці та економіці України, але й викликав масштабний міжнародний резонанс [23]. Міжнародна спільнота стала свідком подій, що відбуваються на території України, та виявила значний інтерес до подальшого розвитку ситуації. Це вразливе геополітичне обставини вимагає об'єктивного та детального аналізу міжнародної реакції та сприйняття України.

З графіку на рис. 2.2 видно, що обсяг публікацій про Україну в зарубіжних ЗМІ зросло за останній рік, що вказує на збільшення уваги до країни на міжнародному рівні (обсяг публікацій в 2023 році - 1200, у 2022 році - 1100, у 2021 році - 800). Це свідчить про зростаючу цікавість міжнародних ЗМІ до подій, що відбуваються в Україні, а також про необхідність подальшого вивчення сприйняття країни на міжнародній арені [24].

Президент України Володимир Зеленський став визнаним світовим лідером, а також отримав звання «Людина року» за версією журналу «Forbs». Його активна позиція в геополітичних питаннях, прагнення до реформ та

покращення життя громадян, а також непередбачувані кроки у політиці принесли широке визнання як в країні, так і за її межами.

Така нагорода свідчить про те, що Президент Зеленський вважається одним із ключових світових лідерів, які активно впливають на сучасну політичну арену. Його роль в забезпеченні міжнародної безпеки та стабільності, а також його внутрішньополітичні ініціативи, відіграють важливу роль у формуванні глобальної архітектури та сприяють укріпленню демократії та прав людини не лише в Україні, але й у всьому світі.

Аналіз зарубіжних ЗМІ набуває ще більшого значення у зв'язку зі зростанням міжнародного інтересу до України та її ролі у світових подіях. Результати цього аналізу дозволять нам краще зрозуміти реакцію міжнародної громадськості на події в Україні та визначити можливості для покращення репутації країни на міжнародній арені.

На рис 2.3 проілюстровано рівень довіри до економіки, політики та культури України у відсотках

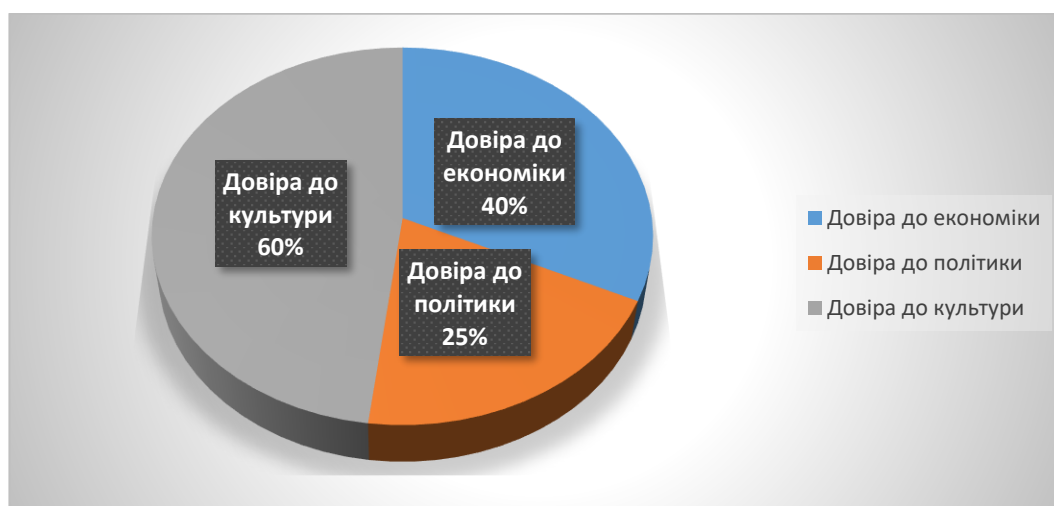


Рис. 2.3. Довіра до економіки, політики та культури України у відсотках в 2023 році

Аналіз цього графіка дозволяє зрозуміти, які аспекти життя України мають найвищий та найнижчий рівень довіри на міжнародній арені. Низький рівень довіри до політики вказує на можливі проблеми у визнанні політичних

процесів та прийнятті рішень на міжнародному рівні. Натомість, висока довіра до культури свідчить про успіхи країни в збереженні та просуванні своєї культурної спадщини та відкриття для міжнародної співпраці в цій сфері.

Аналіз цих даних вказує на те, що суспільство виявляє різні ступені довіри до різних сфер життя України. Низький рівень довіри до політики свідчить про можливі проблеми в сприйнятті політичних процесів та у прийнятті рішень на міжнародному рівні. Однак високий рівень довіри до культури підтверджує успіхи країни в збереженні та просуванні своєї культурної спадщини, а також відкриття для міжнародної співпраці в цій сфері [25].

Аналіз міжнародних індексів конкурентоспроможності також може вказати на репутацію країни. Індеси, такі як Індекс свободи преси, Індекс сприйняття корупції та Індекс глобальної конкурентоспроможності, надають оцінку рівня свободи, прозорості та ефективності державних інститутів України порівняно з іншими країнами.

Рис. 2.4 демонструє рейтинг України за зазначеними індексами, відображаючи її позицію у світових рейтингах у 2023 році. Зазначені статистичні дані (Індекс свободи преси - 70 місце, Індекс сприйняття корупції - 120 місце, Індекс глобальної конкурентоспроможності - 80 місце) відображають реальний стан справ у країні за вказаними показниками.

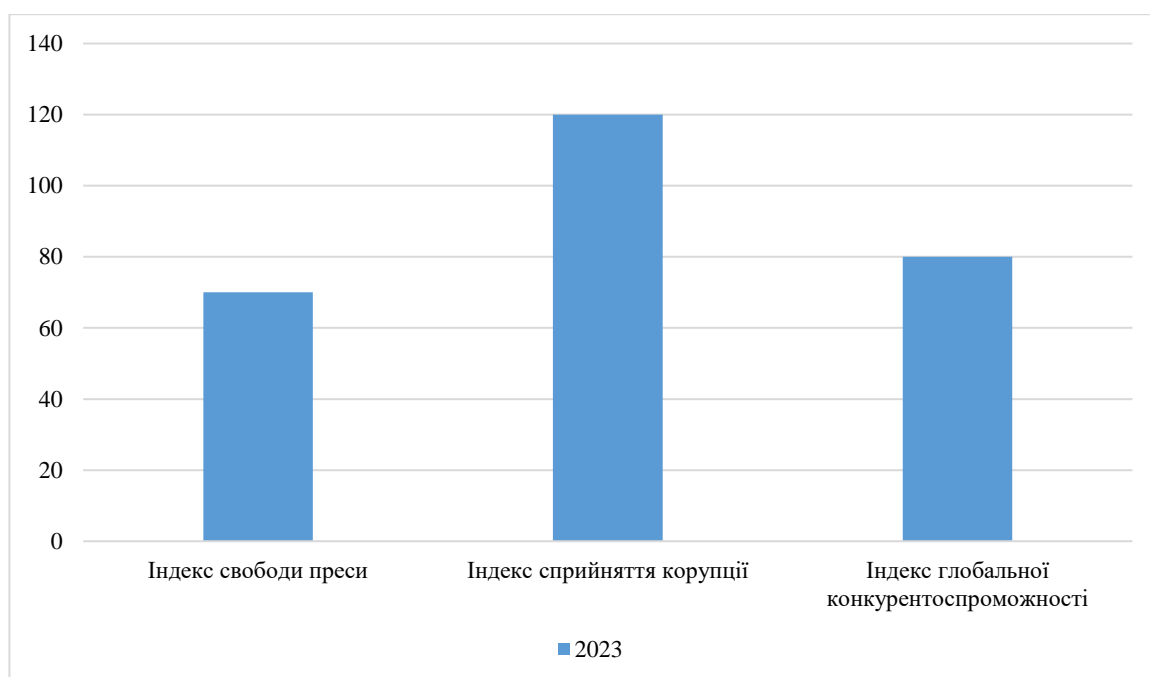


Рис. 2.4 Позиція України в міжнародному рейтингу

На основі цих досліджень можна зробити висновок, що Україна потребує системних змін у різних сферах, таких як політика, економіка та боротьба з корупцією, для покращення своєї міжнародної репутації. Важливо активно працювати над підвищенням довіри до країни, розбудовою прозорих та ефективних державних інститутів, а також підвищенням конкурентоспроможності.

Такі заходи сприятимуть не лише покращенню іміджу України на міжнародній арені, а й стимулюватимуть залучення інвестицій, розвиток економіки та підвищення рівня життя громадян. Реалізація цих заходів потребує спільних зусиль уряду, громадськості та міжнародних партнерів, що визначає необхідність впровадження комплексних стратегій та програм національного розвитку.

Висновки до розділу 2

Проведений аналіз засвідчив, що повномасштабне вторгнення Росії стало випробуванням для міжнародної репутації України. Країна

продемонструвала неймовірну єдність, мужність і відвагу всього суспільства перед зовнішньою агресією, що кардинально змінило ставлення до нашої країни у глобальному інформаційному просторі. Україна як до війни, так і зараз сприймається міжнародною спільнотою крізь призму корупції та політичної нестабільності, але війна сформувала імідж країни борця за демократичні цінності та проти авторитаризму. Саме тому провідні країни Заходу активно підтримують Україну.

Активна професійна та публічна дипломатія, масштабна міжнародна медійна кампанія, чіткі звернення до власних громадян дозволили консолідувати глобальну коаліцію на підтримку України та подолати російську пропаганду.

Зокрема, вміле використання новітніх комунікативних технологій (соцмережі, месенджери) надало Зеленському та іншим топ-посадовцям можливість безпосередньо звертатися до мільйонів людей у всьому світі. Це було особливо дієвим для залучення молодіжної аудиторії.

Таким чином, Україна зуміла подолати початкову інформаційну і дипломатичну блокаду, організовану росією, та перетворитися на морального лідера для багатьох народів, котрі прагнуть свободи. Яскравим свідченням нового міжнародного іміджу України є отримання нею статусу кандидата на вступ до Євросоюзу вже через 4 місяці після початку повномасштабного вторгнення РФ.

Отже, можна констатувати, що Україна пройшла складне випробування на міцність своєї міжнародної репутації та вийшла з нього сильнішою. Вдала реалізація комунікативних стратегій дозволила сформувати широку коаліцію підтримки та подолати російські спроби дискредитації. Це є гарною основою для відновлення української державності після переможного завершення війни.

3 ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ У МІЖНАРОДНОМУ РЕПУТАЦІЙНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ УКРАЇНИ

3.1 Міжнародні цифрові проєкти в Україні під час війни

Україна є унікальною європейською країною з дуже багатими історією, культурою та людським потенціалом. Ми маємо наукові та технічні здобутки всесвітньої слави, чудову музику і літературу, незрівнянні природні та історичні пам'ятки. Попри складнощі останніх років, наш народ демонструє неймовірну стійкість, креативність та працьовитість. Технологічний прогрес при цьому не стоїть на місці.

Міжнародні цифрові проєкти, що були створені до початку повномасштабного вторгнення доповнюються та оновлюються. Так застосунок «Дія», що був офіційно запущений у 2019 році, окрім базових інструментів таких як паспорт, картка платника податків, посвідчення водія, і т.д, після чергових оновлень розширив функціонал, відтепер усі дипломи та освітні документи також зберігаються у українців в смартфоні, і неочікуваним бонусом стало доступним подання заявки про реєстрацію шлюбу прямо у застосунку. Тож, ми бачимо, що Міністерство цифрової трансформації України залишається дуже активним попри невщухаючі бойові дії в країні.

Раніше «Дія» запустили низку освітніх платформ для безкоштовного навчання, під лозунгом «Діджиталізуємо країну разом». Міністерство набирає обертів, рік тому стартував масштабний проєкт «Дія. Освіта», який поєднує навчання, розваги та профорієнтаційні можливості в унікальному форматі. «Дія. Освіта» є наступним етапом у розвитку проєкту «Дія. Цифрова освіта», який фокусується на цифровій грамотності та прокачування навичок. Відтоді на платформі зареєструвалося майже 2 мільйони українців, а приблизно 75% від всіх користувачів вже переглянули усі випуски обраних ними курсів і отримали сертифікати. Зараз ініціатива набуває глобального характеру.

Варто не втрачати курс популяризації української ІТ-індустрії, яка є візитівкою країни. Необхідно просувати успіхи таких компаній, як Petcube, Grammarly, GitLab, Jooble, Preply (рис. 3.1) на міжнародних ринках. Хоча вони вже мають свою аудиторію, ми можемо підвищити обізнаність та сформувати більше асоціацій України з високими технологіями та інноваціями, демонструючи високу здатність співпрацювати з партнерами навіть у жорстких та невизначених умовах.

YES, THEY ARE FROM UKRAINE



Рисунок 3.1 – Інноваційні ІТ-продукти створені в Україні

Необхідно також посилити присутність України у світовому інформаційному просторі через соцмережі. Офіційні сторінки українських державних інституцій мають регулярно публікувати контент іноземними мовами, щоб доносити позицію України до інтернет-аудиторії.

Тому, ми можемо відмітити, що скоординовані зусилля зі співпраці з іноземними ЗМІ, системного спростування неправдивої інформації, розширення українського іномовлення та активності в соцмережах цілком здатні забезпечити ефективну протидію шкідливій російській пропаганді. Це має стати частиною комплексної стратегії покращення іміджу України.

Щоб залучити іноземний капітал для підтримки цифрових проектів в Україні, треба створити сприятливі умови та інфраструктуру для розвитку майбутнього в'їзного туризму в Україну. Станом на зараз в Україні

працює 12 000 акредитованих іноземних та наших журналістів [26], по закінченню війни відвідуючи наші міста і природні локації, вони зможуть на власні очі пересвідчитись в унікальності, багатстві та гостинності України. Треба популяризувати маршрути культурного, екологічного, гастрономічного та інших видів туризму, розвивати потрібну інфраструктуру вже зараз. Багато українських блогерів на своїх YouTube-каналах під час війни створюють розважальний контент, де герої мандрують Батьківщиною, розкриваючи нам потаємні куточки нашої країни, національну кухню у затишних закладах. І згодом, завдяки колективним зусиллям, великі міжнародні заходи (спортивні, музичні, тощо) почнуть проводитися не в сусідніх країнах, а на нашій землі, і стануть чудовою нагодою додатково привернути увагу до України та налагодити нові контакти із зарубіжними партнерами.

В умовах інформаційної війни з росією вкрай необхідно фокусувати увагу на міжнародних цифрових проектах протидії дезінформації, і паралельно слід нарощувати присутність якісного українського контенту іноземними мовами у світовому медіа-просторі, аби поширювати правду, в особливості для країн Європи та Америки.

Отже, поєднання цифрових проектів та дипломатичної роботи, культурної дипломатії громадськості, створення привабливих економічних та рекреаційних можливостей в Україні дозволить суттєво покращити міжнародний імідж України, подолати застарілі стереотипи та забезпечити об'єктивне сприйняття нашої країни у світі як сучасної, динамічної, незалежної європейської нації з великим потенціалом та можливостями для взаємовигідної співпраці.

3.2 Контент аналіз проєкту #StandWithUkraine. Критичний аналіз результатів та рекомендацій для покращення

Контент-аналіз — це поширений метод дослідження, який дозволяє систематично й об'єктивно аналізувати контент, беручи до уваги надійність, обґрунтованість і ефективність аналізу. Він надає основу для отримання надійних висновків, фокусуючись на усних, візуальних або письмових даних. [27].

Міністерством культури та інформаційної політики України було розроблено та 13 травня 2022 року запущено «Об'єднану платформу культури та медіа під час війни» #StandWithUkraine [28], де зібрані усі проєкти та фонди від початку повномасштабного вторгнення в Україну, що реалізуються МКІП, докази знищення української культурної спадщини та воєнних злочинів, актуальне українське мистецтво попри війну, приклади протидії з дезінформацією, а також відповідні фото-та відеоматеріали і багато інших інформаційних блоків. Унікальність досліджуваної платформи полягає в тому, що є взаємозв'язок між державою та суспільством у досягнення єдиної спільної мети – наближення перемоги України у війні з РФ шляхом надання розголосу воєнним злочинам РФ з першого дня функціонування сервісу у широкі маси ввійшли понад 20 крупних проєктів для привернення уваги громади всього світу до війни в Україні, яка, на жаль, триває вже більше 10 років.

Метою створення платформи було підвищення міжнародної обізнаності про війну в Україні, та її впливу на культурний та медійний ландшафт країни.

Одиниці аналізу контенту – вкладки-проєкти, їх на сайті представлено 23. Категорія аналізу – контент, що представлений у вкладках-проєктах, а саме:

- 1) Про що
- 2) Мова
- 3) Тональність

- 4) Оновлення
- 5) СТА (call to action)
- 6) Категорії

На стартовій сторінці платформи (див. Додаток А), зазначені такі категорії розподілу проєктів за змістом контенту:

- Всі (загальна кількість вкладок-проєктів на платформі)
- En (тобто доступні англійською мовою)
- Бути корисним (користувачі можуть бути залучені допомагати виконувати конкретні завдання, ділитися власними історіями щодо російських злочинів)
- Вивчай українську (2 вкладки-посилання на проєкти де є можливість безкоштовно вчити українську мову)
- Для ЗМІ (декілька вкладок, що, на думку авторів, потребують ширшого висвітлення. Усі вони доступні англійською та українською мовами)
- Інформація (3D тур наслідків російських ударів по інфраструктурі України)
- Комунікація (тут знаходяться усі вкладки-проєкти, що пов'язані з комунікативною складовою, можна поділитися своїми історіями з якими стикалися під час війни; вивчати мову, дізнаватися актуальні новини в єдиному марафоні та багато іншого)
- Культурна спадщина (все що стосується культурних проєктів, мистецтва)
- Новини (марафони, інформаційні проєкти, протидія дезінформації)
- Творчість (поезія, мистецтво, щоденники особистих переживань)
- Фіксація злочинів (проєкти, що присвячені воєнним злочинам, їх документація, поширення)

- Фонд (на самих вкладках проєктів ніде не з'являється ця категорія, однак до неї ввійшли 4 проєкти, що об'єднані інформаційною тематикою про вторгнення росії в Україну)

Розроблений контент-аналіз платформи представлений у вигляді Таблиці 3.1 (див. Додаток Б).

Сильні сторони проєкту: офіційний проєкт від Міністерства культури та інформаційної політики України, сайт має 2 мови – українська та англійська, але варто зауважити що не всі проєкти, які розміщені на платформі доступні англійською мовою; громадяни України мають можливість не тільки споживати контент, але й зробити свій внесок у платформу, таким чином відбувається відчуття власної значущості та причетності до масштабної корисної справи; завдяки платформі іноземні користувачі отримують можливість безкоштовно вивчати українську мову та культуру.

На платформі розміщені не тільки наслідки великої війни. Наприклад один з проєктів – «Автентична Україна» висвітлює кухню України, рецепти традиційних страв, культурні пам'ятки та історичні місця. При наведенні курсору на будь-яку страву зі столу, користувач бачить назву страви, її короткий опис та кнопку СТА «Як готувати?» - рецепт приготування (рис. 3.2).



Рисунок 3.2 – Знімок екрану вебсторінки «Автентична Україна»

Домінуючі теми та меседжі, що передаються через платформу це, по-перше, висвітлення воєнних злочинів країни-терориста, в різноманітніших формах – починаючи від особистих «журналів» задокументованого досвіду українців, закінчуючи 3D-моделлю масштабних руйнацій інфраструктури України. По-друге, це просування української національної культури, яка відроджує колективну свідомість, знаходить своє відображення як в кумедних карикатурних сюжетах, так і навпаки в чуттєвих справжніх витворах мистецтва. Платформа робить акцент не тільки на інформаційному та розважальному типах контенту, а й на освітньому – два окремі проєкти спрямовані на вивчення української мови для іноземців та покращення свого рівня володіння мовою для українців, тож проєкти доступні на англійській та українській відповідно.

Незважаючи на великий вплив та інформативну користь платформи, вона потребує покращення. Наразі ми бачимо проблеми з доступом до деяких проєктів, оскільки 5 з 23 зазначених не працюють (див. Додаток Б). У зв'язку з цим, ми можемо розробити такі рекомендації: проводити регулярний моніторинг і технічне забезпечення, щоб переконатися, що всі посилання і сторінки проєктів працюють, впровадити надійну внутрішню інфраструктуру для обробки трафіку та запобігання перебоїв у роботі; забезпечити механізм зворотного зв'язку, щоб користувачі могли повідомляти про непрацюючі посилання або проблеми з доступом до ресурсу.

Далі варто стандартизувати платформу для повної підтримки української та англійської мов, на всіх проєктах. Видалити російські переклади там, де вони є контекстуально недоречними та забезпечити точний переклад усього контенту і легке перемикання між мовами.

На сайті немає інструменту пошуку, він необхідний щоб допомогти користувачам швидко знаходити потрібну інформацію. Платформа представляє 12 категорій, враховуючи категорію «всі», але для швидкого

орієнтування на платформі, було б доцільніше зробити фільтрацію точнішою, об'єднати деякі категорії між собою. Наприклад категорії «Бути корисним» та «Фіксація злочинів» мають схожі за специфікою проекти, які могли б бути присутні в одній групі.

Помітним недоліком платформи також є застарілий контент або той, що взагалі не оновлюється на деяких проєктах. Ми рекомендуємо створити календар контенту, щоб забезпечити регулярне оновлення, особливо для новин та стратегічних комунікацій. Новий контент краще висвітлювати на головній сторінці, щоб платформа залишалася динамічною та цікавою.

Активне впровадження інтерактивних функцій впливають на показники залученості з боку аудиторії, тож наступним кроком може бути додавання дискусійних форумів та сесій запитань і відповідей з експертами, що зараз є дуже актуальним. Заохочувати участь користувачів за допомогою опитувань, анкетування та інтерактивного мультимедійного контенту зробить платформу більш живою та активною.

Є питання щодо тематики та вмісту контенту, оскільки платформа розрахована не тільки на українське, а й на міжнародне суспільство, МКІП, що керує платформою, повинно ретельно обирати теми, що будуть транслюватися через платформу. Наскільки релевантним є висвітлення одноманітного та художнього контенту, що не перекладається англійською або іншими мовами? Платформа повинна розказувати цивілізованому світу про видатні українські досягнення, наприклад, здобуття премії «Оскар» за кращий повнометражний документальний фільм «20 днів в Маріуполі», або перемога гурту «Kalush Orchestra» на пісенному конкурсі Євробаченні-2022 та здобуття почесного 3 місця у Євробаченні-2024 дуєту Alyona alyona & Jerry Heil. Наші спортсмени, вокалісти, письменники, науковці та інші діячі за роки великої війни продовжують демонструвати неймовірні успіхи, які ні в якому разі не можуть залишатися у тіні.

Висновки до розділу 3

Проведений контент-аналіз для Об'єднаної платформи культури та медіа під час війни #StandWithUkraine надає важливі висновки щодо специфіки вмісту платформи та її загальної ефективності через інформаційні потоки під час війни. Загальною тенденцією є поширення наслідків воєнних злочинів РФ на території України, впровадження процесу оптимізованого та зручного отримання інформації про війну для широкої міжнародної аудиторії, а також потреба в подальшому вдосконаленні платформи та розробці заходів комунікативної політики для забезпечення якості та доступності інформації в умовах війни.

Удосконалення іміджу України на міжнародній арені та просування її інтересів в умовах війни з боку росії має стати стратегічним пріоритетом комунікативної політики держави. Адже саме від ефективності впровадженої платформи #StandWithUkraine під егідою Міністерства культури та інформаційної політики України, залежить боротьба з інформаційними загрозами та подолання наслідків російської агресії.

Окремої уваги потребує напрям боротьби з негативними інформаційними впливами на шкоду репутації України, які останніми роками активно поширює російська пропаганда. Для протидії цій загрозі об'єднана платформа оперативно транслює правдиві факти та новини різними іноземними мовами. Паралельно треба нарощувати присутність українських експертів та офіційних осіб на провідних міжнародних медіа-майданчиках задля донесення об'єктивної української позиції та точки зору. Вдосконалення власного якісного англомовного контенту про Україну у світовому інформаційному просторі це ключ до перемоги.

Важливим є напрям комунікації щодо економічних та інвестиційних можливостей України. Наразі ми можемо зазначити рекомендації щодо покращення об'єднаної платформи культури та медіа під час війни, а також ретельної праці над вдосконаленням репутації України на міжнародній арені.

З одного боку, це презентація успіхів українських підприємств, стартапів, ІТ-компаній на міжнародних бізнес-форумах та виставках задля залучення потенційних іноземних партнерів та інвесторів. А з іншого – цілеспрямована комунікативна робота з пояснення реформ, що відбуваються в Україні задля покращення зовнішніх інвестицій, що в поєднанні з унікальним місцезосташуванням України на перетині Європи та Азії створює значний потенціал для взаємовигідної торговельної та виробничої кооперації. Таким чином, можна покращити імідж України, як перспективного та надійного партнера.

Отже, ефективність міжнародних цифрових проектів під час війни суттєво впливають на показники репутації нашої країни. Створення комплексної стратегії з удосконалення міжнародного репутаційного менеджменту шляхом посилення контенту інтернет-платформ України та активній протидії інформаційним загрозам, а також позиціонування як привабливого економічного партнера дозволить суттєво покращити репутацію України за кордоном.

ВИСНОВКИ

Ефективний репутаційний менеджмент є вкрай важливим елементом міжнародної комунікативної стратегії будь-якої держави. Адже саме репутація та імідж країни значною мірою визначають ставлення до неї з боку інших міжнародних гравців, інвестиційну привабливість, рівень політичної, економічної, гуманітарної підтримки. Тож цілеспрямоване управління репутацією шляхом послідовних комунікативних заходів дозволяє формувати сприятливий для національних інтересів імідж та зміцнювати міжнародні позиції країни.

В умовах війни, коли однією з головних цілей противника є підірив міжнародної репутації країни через поширення пропаганди, це питання стає особливо гострим. Адже від успішності протидії інформаційним атакам та нейтралізації шкідливих стереотипів залежить не лише імідж, але й реальний перебіг війни. Оскільки саме ставлення світової спільноти значною мірою визначає обсяг підтримки постраждалої сторони та тиск на агресора. Тож саме в умовах війни питання репутаційного менеджменту виходять на передній план комунікативної політики, вимагаючи особливої уваги та професійного підходу.

У даній роботі комплексно оцінено поточний стан міжнародного іміджу України, який змінився внаслідок російської агресії, проте має позитивну динаміку в останні роки завдяки успіхам у протистоянні загарбнику. Проаналізовано ключові стереотипи та інформаційні загрози для репутації України. Досліджено характер висвітлення української тематики у провідних західних ЗМІ, яке не завжди об'єктивне через наявність російських пропагандистських впливів.

Детально розглянуто стан та проблеми реалізації комунікативної стратегії України на міжнародній арені. Зроблено висновок про недостатню системність, фрагментарність багатьох заходів, повільну трансформацію радянської моделі пропаганди у сучасні концепції публічної дипломатії.

Запропоновано шляхи оптимізації – створення спеціального органу з питань стратегічних комунікацій, налагодження ефективної взаємодії з інститутами громадянського суспільства.

Дослідження комунікативної політики в Україні в умовах війни надає важливі висновки щодо сприйняття та реакції суспільства на інформаційні потоки під час війни.

Розроблено контент-аналіз об'єднаної платформи #StandWithUkraine від Міністерства культури та інформаційної політики України, виокремлено напрями для її покращення та подолання слабких сторін, натомість сформовано комплекс рекомендацій щодо підвищення ефективності платформи, її поширення та вдосконалення, налагодження ефективної комунікативної політики в умовах війни на різних рівнях – від роботи з власним населенням до взаємодії з міжнародними партнерами та тимчасово окупованими територіями.

Таким чином, у роботі ми систематизували теоретико-прикладні засади забезпечення результативного міжнародного репутаційного менеджменту України в складних умовах великої війни та сформувавши науково-обґрунтовані рекомендації щодо реалізації ефективної комунікативної стратегії нашої держави на прикладі проведеного контент-аналізу об'єднаної платформи культури та медіа під час війни. Активне використання цифрових платформ задля належної підтримки євроінтеграційного курсу держави та протистояння геополітичним викликам світу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Smaiziene, I., & Jucevicius, R. (2009). Corporate reputation: Multidisciplinary richness and search for a relevant definition. *Engineering Economics*, 62(2).
2. Супрунець, Т. А. (2013). Аксиоматичні ядра головних соціологічних підходів стосовно довіри та довірчих відносин.
3. Кожем'якіна О.М. Довіра в сучасному соціумі // Вісник Інституту економіки та прогнозування. 2011. С. 48-53
4. Федорів, Т. В. Довіра як методологічна основа формування репутації органів державної влади. *Економіка та держава*, 2013, 2: 127-130.
5. Магда Є. Російська пропаганда після 24 лютого 2022 року: тренди та протидія. Національна академія служби безпеки України. 2023. С. 29-34. URL: https://academy.ssu.gov.ua/uploads/n_526_52833748.pdf
6. Петрик, Н. П. (2022). Довіра як принцип освітнього менеджменту в умовах реформування освіти. Ректор ДЗВО «Університет менеджменту освіти» НАПН України, член-кореспондент Національної академії наук вищої освіти України, доктор філософії, професор кафедри філософії і освіти дорослих, 163.
7. Вялков, і. с. (2024). Мова дипломатії як потужний чинник формування іміджу України у світі. Сучасні соціокультурні трансформації: медіа, мова, комунікації: зб. матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції (Київ, 15 лютого 2024 р.). Київ, 2024. 128 с., 88.
8. Болотова В. О. Іміджологія [Електронний ресурс] : текст лекцій для студентів спец. 054 "Соціологія", 061 "Журналістика" / В. О. Болотова, Н. О. Ляшенко, К. А. Агаларова ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Електрон. текст. дані. – Харків, 2021. – 150 с. – URI: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/55391>.

9. Гришко, К. ТЕАТРАЛЬНІСТЬ ПОВСЯКДЕННОГО ЖИТТЯ НА ОСНОВІ ДРАМАТУРГІЧНОЇ ТЕОРІЇ І. ГОФМАНА. Інноваційні проекти для післявоєнного відновлення та розвитку України, 147.

10. Денисенко Д. Україна надала урок світу, як треба будувати комунікації під час війни. LB.ua. URL: https://lb.ua/blog/denys_denysenko/509844_ukraina_nadala_urok_svitu_yak_treba.html

11. Дзюба Т. Концепція стратегічного комунікаційного планування держави під час воєнних дій. Національна академія служби безпеки України. 2023. С. 11-15. URL: https://academy.ssu.gov.ua/uploads/n_526_52833748.pdf

12. Микитин О. З. Аспекти розвитку репутаційного менеджменту в Україні в контексті євроінтеграції та цифрової трансформації. Економіка та суспільство. 2021. С. 1-6. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/873/837>

13. День пам'яті про Чорнобильську катастрофу: що важливо пам'ятати про трагедію. Новини України - останні новини України сьогодні - УНІАН. URL: <https://www.unian.ua/ecology/den-pam-yati-avariji-na-chornobilskiy-aes-26-kvitnya-11800758.html> (дата звернення: 15.05.2024).

14. Золотаревич І. А. Сучасні тенденції розвитку репутаційного менеджменту. Вчені записки університету «Крок». 2019. №2. С. 18-33. URL: <https://snku.krok.edu.ua/index.php/vcheni-zapiski-universitetu-krok/article/view/101/116>

15. Виступ Володимира Зеленського у Конгресі Сполучених Штатів Америки. Офіс Президента України <https://www.youtube.com/watch?v=pEj2wtrMwa8&t=777s> (дата звернення: 13.04.2024)

16. Interfax-Ukraine. Олена Зеленська у виступі на засіданні ПАРЄ закликала до більш рішучих дій для порятунку дітей із російського полону. Інтерфакс-Україна.

URL: <https://interfax.com.ua/news/general/962857.html> (дата звернення: 12.05.2024).

17. Кінаш Н. Б. Сучасний імідж України: міжнародний аспект. Юридичний науковий електронний журнал. 2023. С. 500-503. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0374/2023-7/114>

18. Кошелєва О. Б. Міжнародний імідж України як інструмент культурної парадигми. Міжнародний науковий журнал «Грааль науки». 2021. №5. С. 403-407. URL: <https://doi.org/10.36074/grail-of-science.04.06.2021.084>

19. Карманська Ю. «20 днів у Маріуполі» прорвався через 15 російських блокпостів, став найкасовішою документальною стрічкою в Україні та виборів «Оскар». П'ять фактів про фільм – Forbes.ua. Forbes.ua | Бізнес, мільярдери, новини, фінанси, інвестиції, компанії. URL: <https://forbes.ua/lifestyle/20-dniv-u-mariupoli-prorvavsya-cherez-15-rosiyskikh-blokpostiv-stav-naykasovishoyu-dokumentalnoyu-strichkoju-v-ukraini-ta-viborov-oskar-pyat-faktiv-pro-film-11032024-19775> (дата звернення: 13.04.2024).

20. Остапенко, М. А., & Бунгеа, Л. С. (2023). Довіра до влади як ресурс розвитку суспільства Trust in government as a resource for society development. регіональні студії, 16.

21. Мельник О. Г., Радченко Я. П. Формування національного бренду України в міжнародній діяльності. Менеджмент та підприємництво в Україні і проблеми розвитку. 2023. №2. С. 297-304. URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2023/dec/32731/menedzhment223maket-297-304.pdf>

22. Звіт про сприйняття України у світі. Brand Ukraine. 2022. URL: https://brandukraine.org.ua/documents/33/Звіт_про_сприйняття_України_у_світ_і_2022.pdf

23. Ніколаєнко Н., Василевич Ю., Комарчук О. Комунікативні стратегії інформаційної складової російсько-української гібридної війни.

2019. С. 47-55. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/22743/1/47-55.pdf>

24. Савон К. В. Сучасний статус та майбутні можливості розвитку міжнародного образу України. Актуальні проблеми політики. 2019. С. 180-193. URL: <https://doi.org/10.32837/app.v0i64.196>

25. Шкроміда В. В. Методи створення позитивного іміджу компанії в рамках цілей репутаційного управління. Економічний простір. 2020. №164. С. 134-138. URL: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/164-22pdf>

26. Понад 12 000 іноземних журналістів акредитовані в Україні. Частина каже, що отримання дозволів ускладнене - Медіамейкер. URL: <https://mediamaker.me/news/ponad-12-000-inozemnyh-zhurnalistiv-akredytovani-v-ukrayini-chastyna-kazhe-shho-otrymannya-dozvoliv-uskladnene/> (дата звернення: 12.05.2024).

27. Досенко, А. К. (2023). Контент платформ: мультимодальний аспект. URL: http://www.zhu.edu.ua/journal_cpu/index.php/der_sc/article/viewFile/1003/999.

28. Об'єднана платформа культури та медіа під час війни. – Міністерство освіти та інформаційної політики України URL: <https://united.mkip.gov.ua/> (дата звернення: 12.05.2024).

Додаток А

Знімок екрану головної сторінки платформи #StandWithUkraine

Міністерство культури та інформаційної політики України

Проекти EN

#StandWithUkraine

Об'єднана платформа культури та медіа під час війни

24 лютого 2022 року росія здійснила повномасштабне вторгнення в Україну. Так агресор розпочав новий етап війни, яка вже 8 років триває в нашій країні. Ця платформа об'єднує проекти у сферах культури та інформаційної політики України, що реалізуються міністерством та партнерами.

RUSSIA INVADED UKRAINE 2022 RUSSIA INVADED UKRAINE 2022 RUSSIA INVADED UKRAINE 2022 RUSSIA INVADED UKRAINE 2022 RUSSIA

Проекти

Кожен наш проект унікальний, але всі разом вони покликані привернути увагу світу до жахів, які відбуваються в Україні. До стійкості та віри, яку проявляє український народ. До сили мистецтва під час війни.

Всі Еп Бути корисним Вивчай українську Для ЗМІ Інформація

Комунікація Культурна спадщина Новини Творчість Фіксація злочинів Фонд

Свідок

Особистий щоденник війни. Безпечне місце для ваших особистих історій, почуттів, переживань і доказів злочинів росіян

Еп Комунікація Творчість Фіксація злочинів

Злочини проти культурної спадщини

Ділися матеріалами-доказами російських злочинів проти культурної спадщини України.

Бути корисним Культурна спадщина Фіксація злочинів

Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки

Будь поінформований про фейки та дезінформацію, яку поширює кремльська пропаганда.

Еп Комунікація Новини

Національний марафон єдиних новин #Uaразом

Ділися правдиві новини в спільному ефірі каналів провідних медіагруп України.

Комунікація Новини

Інтернет війська України

Виконуй завдання та наблизький перемогу з надійними інформаційним тилом ЗСУ.

Бути корисним Комунікація

Поезія вільних

Поділися своїми віршами про війну. Війни закінчується, а поезія – ні.

Еп Комунікація Культурна спадщина Творчість

WAW: War against war

Отримуй та поширюй інформаційний правдивий контент про війну, яку рф розпочала проти України

Для ЗМІ Комунікація

Моя війна

Розкажи свою історію про війну в Україні! Нас має почути весь світ!

Еп Комунікація Творчість

Фільтр

Об'єднуємо та координуємо зусилля для формування медіаграмотності як невід'ємної назвички сучасних українців.

Комунікація

DATTALION

Збираємо базу фото та відео для міжнародних ЗМІ, що висвітлюють події жорстокої війни проти України.

Еп Для ЗМІ

Автентична Україна

Дізнайся більше українську культуру з різних сторін. Від народного виконавського мистецтва й архітектури старовинних дерев'яних церков – до кубофутуризму та унікальних історичних предметів.

Еп Культурна спадщина

Russia's war crimes

Ділимося перевіреною інформацією про вторгнення росії в Україну з представниками міжнародних ЗМІ.

Еп Для ЗМІ Фіксація злочинів

War evidence

Зберігаємо відео- та фотодокази російської агресії в Україні.

Еп Для ЗМІ Фіксація злочинів

Фашизм

Дізнавайся більше про те чому політика рф – фашистська.

Комунікація

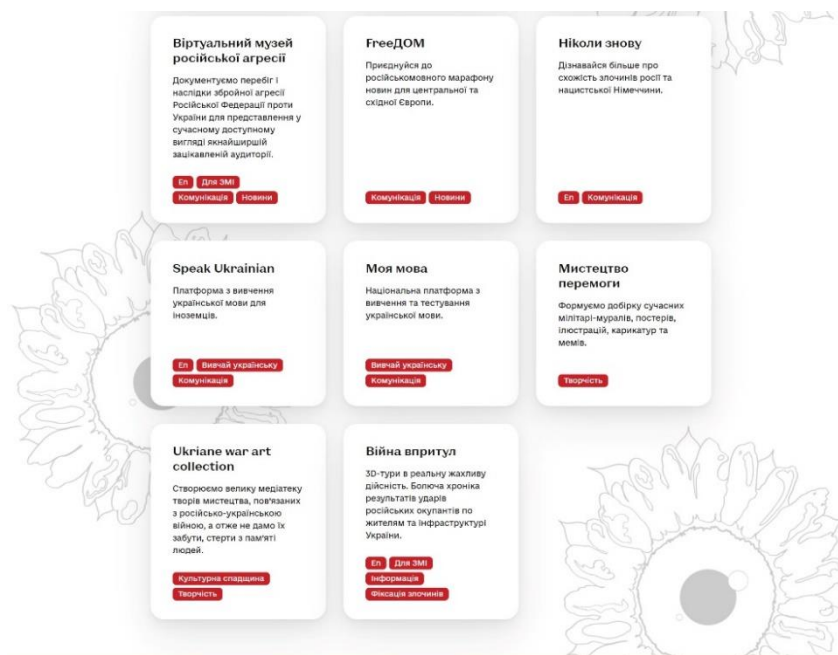
Ukraine war today

Ділися фактами про знищення російської техніки та живої сили ворога, про захоплених до полону російських окупантів, про зруйновану цивільну інфраструктуру.

Еп Для ЗМІ Фіксація злочинів

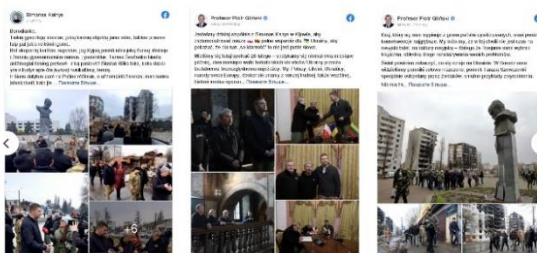
Додаток А (продовження)

Знімок екрану головної сторінки платформи #StandWithUkraine



#StandWithUkraine

Наша мета – направлення уваги світу до війни, що відбувається в Україні, та консолідація міжнародної спільноти у спротиві російській агресії. Докази знищення культурної спадщини, верифікований інформаційний контент, унікальні фото та відео, воєнна творчість – те, що об'єднує всі ініціативи Міністерства культури та інформаційної політики України й партнерів.



Додаток Б

Таблиця 3.1 - Контент-аналіз проєкту «#StandWithUkraine»

Об'єднана платформа культури та медіа під час війни						
	Про що	Мова	Тональність	Оновлення	СТА (call to action)	Категорії
Свідок	"Ваш особистий щоденник війни". Надає можливість охочим задокументувати та опублікувати докази воєнних злочинів, скоєних росією в Україні	UA,EN	Нейтральна	Остання новина 29.02.2024	Пропонує поділитися власним контентом	Еп, Комунікація, Творчість, Фіксація злочинів
Злочини проти культ. спадщини	Вебсторінка не працює, але є короткий опис : "Ділись матеріалами-доказами російських злочинів проти культурної спадщини України"	UA	-	-	-	Бути корисним, Культурна спадщина, Фіксація злочинів
Центр стратегіч. комунікацій та інформаційно ї безпеки	Інформування про фейки та дезінформацію від російської пропаганди	UA,EN	Негативна	Оновлюється кожен день	Немає	Еп, Комунікація, Новини
Національний марафон єдиних новин #UАразом	Постійна пряма трансляція новин у спільному ефірі провідних українських медіагруп.	UA	Нейтральна	Безперервно оновлюється	Немає	Комунікація, Новини
Інтернет війська України	Посилання веде на сторінку Facebook для виконання інформаційних завдань, що сприяють перемозі України	Facebook підтримує 112 мов	Позитивна	Останнє оновлення 10.04.2024	Запрошення брати участь у виконанні завдань	Бути корисним, Комунікація
Поезія вільних	Місце для публікації віршів, що відображають переживання війни	10 мов, в тому числі UA,EN	Нейтральна	Оновлюється кожен день	Заклик ділитися віршами	Еп, Комунікація, Культурна спадщина, Творчість

Продовження таблиці 3.1

Об'єднана платформа культури та медіа під час війни						
	Про що	Мова	Тональність	Оновлення	СТА (call to action)	Категорії
WAW: War against war	Платформа для поширення правдивої інформації про війну.	UA,EN	Негативна	Останнє оновлення у 2022 р.	Запрошення до поширення інформації	Для ЗМІ, Комунікація
Моя війна	Ресурс не працює, мав на меті спонукати громадян ділитися своїми історіями війни	-	-	-	В анонсі заклик розказати свою історію про війну в Україні	Еп, Комунікація, Творчість
Фільтр	Ініціатива спрямована на розвиток медіаграмотності серед українців.	UA,EN	Нейтральна	Декілька разів на місяць	Немає	Комунікація
DATTALION	Платформа для збору фото та відео матеріалів для міжнародних ЗМІ про події війни.	EN	Негативна	Кожен місяць	Є запрошення надсилати матеріали	Еп, Для ЗМІ
Автентична Україна	Інформація про українську культуру, включаючи кухню, народне мистецтво, архітектуру та історичні предмети	UA,EN	Позитивна	-	Немає	Еп, Культурна спадщина
Russia's war crimes	Платформа для поширення перевіреної інформації про злочини російських військ в Україні.	8 мов, серед яких є рос. але немає укр.	Негативна	Кожен день	Є заклик ділитися інформацією	Еп, Для ЗМІ, Фіксація злочинів
War evidence	Сайт не працює, був створений для збереження відео-та фотодоказів російської агресії	-	-	-	-	Еп, Для ЗМІ, Фіксація злочинів
Фашизм	Сайт не працює, у анонсі є інформація про фашистську політику ворога	-	-	-	-	Комунікація

Закінчення таблиці 3.1

Об'єднана платформа культури та медіа під час війни						
	Про що	Мова	Тональність	Оновлення	CTA (call to action)	Категорії
Ukraine war today	Факти про знищення російської техніки, полонених та руйнування інфраструктури	UA,EN,RU	Негативна	Де кілька разів на місяць	Так, є заклик ділитися інформацією	Еп, Для ЗМІ, Фіксація злочинів
Віртуальний музей російської агресії	Документування перебігу і наслідків збройної агресії росії проти України	UA,EN,RU	Нейтральна	-	Немає	Еп, Для ЗМІ, Комунікація, Новини
FreeDom	Російськомовний марафон новин для центральної та східної Європи	RU	Нейтральна	Оновлюється постійно, новин в прямому ефірі	Немає	Комунікація, Новини
Ніколи знову	Порівняння злочинів росії та нацистської Німеччини, багато відеоматеріалів на сайті не працюють	UA	Негативна	-	Заклик поділитися цим сайтом у соціальних мережах	Еп, Комунікація
Speak Ukrainian	Платформа для вивчення української мови іноземцями	UA,EN	Нейтральна	-	Пропозиція приєднатися до платформи та почати вивчати українську мову	Еп, Вивчай українську, Комунікація
Моя мова	Національна платформа для вивчення та тестування української мови	UA	Нейтральна	Останнє оновлення у 2023 р.	Заклик приєднатися до платформи	Вивчай українську, Комунікація
Мистецтво перемоги	Колекція сучасних мілітарі-муралів, постерів, ілюстрацій, карикатур та мемів	UA	Позитивна перевищує негативну	Не відомо	Немає	Творчість
Ukraine war art collection	Ресурс не працює, анонсована медіатека мистецтв	-	-	-	-	Культурна спадщина, Творчість
Війна впритул	3D-тури міст, які показують реальність війни та наслідки атак в Україні	UA,EN	Негативна	Останнє оновлення у квітні 2024	Немає	Еп, Для ЗМІ, Інформація, Фіксація злочинів

АНОТАЦІЯ

Дипломна робота присвячена дослідженню міжнародного репутаційного менеджменту України та аналізу комунікативних стратегій, що застосовуються під час війни.

Об'єктом дослідження є міжнародний репутаційний менеджмент України.

Предмет дослідження – теоретичні засади та технології реалізації міжнародного репутаційного менеджменту України в умовах війни з росією.

Мета роботи - науковий аналіз проблем та перспектив міжнародного репутаційного менеджменту України в умовах війни, контент-аналіз та розробка рекомендацій щодо окремих напрямків міжнародної комунікативної політики в умовах війни.

У роботі розглядаються теоретичні засади репутаційного менеджменту, аналізуються методи формування позитивного іміджу країни та вивчаються особливості реалізації комунікативних стратегій України на міжнародній арені під час війни.

Зроблено висновок про ефективність діалогових та партнерських стратегій для покращення репутації України у світі, проведено контент-аналіз проєкту #StandWithUkraine. Розроблено рекомендації для вдосконалення комунікативної політики держави.

Ключові слова: репутаційний менеджмент, комунікативні стратегії, міжнародний імідж, Україна, війна.

ABSTRACT

The thesis is devoted to the study of Ukraine's international reputation management and the analysis of communication strategies used during the war.

The object of research is the international reputation management of Ukraine.

The subject of the study is the theoretical foundations and technologies for the implementation of Ukraine's international reputation management in the context of the war with Russia.

The purpose of the study is a scientific analysis of the problems and prospects of Ukraine's international reputation management in times of war, content analysis and development of recommendations areas of international communication policy in times of war.

The paper examines the theoretical foundations of reputation management, analyzes the methods of forming a positive image of the country, and studies the peculiarities of implementing Ukraine's communication strategies in the international arena during the war.

The conclusion is made about the effectiveness of dialog and partnership strategies to improve Ukraine's reputation in the world, and a content analysis of the #StandWithUkraine project, recommendations for improving the state's communication the state's communication policy.

Keywords: reputation management, communication strategies, international image, Ukraine, war.