

about modern Russian diplomacy, its methods, mainstays, challenges and possible future prospects, which will naturally be reflected in many countries around the world, including my homeland, Georgia.

References

1. Addendum. mid.ru. Retrieved from <https://www.mid.ru/ru/home?>
2. EVANS J. (2005, December 1). Spinning Russia.
3. Joseph S. Nye, J. Soft Power. *Foreign Policy*.

Рибак Дар'я

Донецький національний університет імені Василя Стуса

КАНАЛИ КОМУНІКАЦІЇ БРЕНДУ УКРАЇНИ ПІД ЧАС ВІЙНИ 2022 Р.

Анотація. Повномасштабне російське вторгнення в Україну у 2022 році актуалізує питання сприйняття України у світі. Для остаточного викоринення негативних стереотипів та поширення нових меседжів про Україну є важливим застосовувати різні канали комунікації державного бренду. Авторка у статті досліджує, які інструменти наразі реалізуються для зміцнення іміджу України.

Ключові слова: імідж, державний бренд, культура.

Abstract. The full-scale Russian invasion of Ukraine in 2022 raises the issue of Ukraine's perception of the world. It is important to use various channels of communication of the state brand to finally eradicate negative stereotypes and spread new messages about Ukraine. In the article the author explores what tools are currently being implemented to strengthen Ukraine's image.

Keywords: image, state brand, culture.

Міжнародний імідж та бренд держави формуються тривалий час. До процесу реалізації національного брендингу залучені низка урядових та неурядових установ певної держави, тому імідж та державний бренд – це сталі концепції, які важко змінити за декілька днів. Значну роль у цьому процесі відіграє «м'яка сила», яку наразі застосовує все більше держав. Інструментарій «м'якої сили» націлений на побудову чи зміцнення позитивного міжнародного іміджу держави, що впливає на її авторитет, підтримку іншими акторами та загалом майбутній розвиток.

В основу дослідження було покладено науковий доробок С. Анхольта про національний брендинг. З українських дослідників варто виокремити О. Корчагіну та О. Євтушенко, які детально розглянули особливості побудови брендингу України. Для якісного аналізу та ґрунтовної аргументації були використані новинні матеріали Міністерства освіти і культури України та Українського Інституту.

Мета повідомлення – порівняти, як змінилися канали комунікації державного бренду України в умовах воєнного стану і з'ясувати відповідну тенденцію у позиціонуванні нашої держави за кордоном.

Серйозна робота у сфері державного брендингу України розпочалася з 2014 року, коли було зроблено низку значних кроків у сфері культурної дипломатії і створенні офіційного бренду України. Втім, не вистачало системності, структурованості та кращої синергії між усіма стейкхолдерами національного

брендингу. Методом «спроб і помилок» українські урядові та неурядові установи здійснювали значимі заходи для просування іміджу держави. Протягом останніх років сприйняття України стало кращим, адже розвинулися різні канали комунікації державного бренду, налагодилася співпраця між українськими та закордонними стейкхолдерами у сфері національного брендингу.

Повномасштабна війна Російської Федерації в Україні у 2022 р. вимагає нових стратегій розвитку для України, зокрема і сфери державного брендингу. На перший погляд здається, що через війну інформація про Україну миттєво поширилася на всі континенти і працювати над іміджем держави наразі немає потреби, адже в очах світової спільноти Україна та українська нація – це символи героїзму та свободи. Звичайно, цей беззаперечний факт сили нашої держави знають у країнах, які раніше навіть не чули про Україну, проте важкі часи вимагають ще кращої роботи над іміджем держави.

Відсутність якісних історико-культурних знань про Україну сприяє поширенню різних стереотипних уявлень. За словами генерального директора Українського Інституту В. Шейка, зараз існує нагальна потреба у культурній дипломатії, історії про сучасну Україну мовою кіно, літератури, музики, мистецтва чи театру, підтримка українознавства в іноземних університетах, медіапартнерство, адже ці зусилля зроблять наш голос почутим у світі. Він також звертає увагу, що попри тисячі статей про Україну у відомих новинних агенціях вживана риторика у медіапросторі лише спотворює розуміння реальних подій в Україні [3]. До прикладу, нещодавня стаття Washington Post про російсько-український конфлікт зменшує тисячолітню історію України у кілька речень, упускаючи нюанси відносин між двома країнами [2].

Знецінення ідентичності та діяльності України у світових медіа через навмисне чи ненавмисне зміцнення наявних стереотипів, використання слабкої риторики лише посилюють російський наратив про нібито ненадійну Україну. Наразі одне з головних завдань українських інституцій у сфері брендингу – надавати ґрунтовні, неупереджені та експертні знання про Україну.

Найбільш ефективним рупором держави у світі зараз можна вважати закордонних українців, які від перших днів війни різними способами сприяли поширенню правдивої інформації про Україну: починаючи від мітингів у вільній Україні до організації освітніх заходів, акцій, семінарів про українську історію та культуру. Окрім військового протистояння, ми боремось і на інформаційному фронті. Активність української закордонної діаспори з початку російського вторгнення в Україну є вражаючою. До прикладу, діаспора українців у Канаді регулярно влаштовує флешмоби на підтримку України, організовує акції, під час яких жінки одягають вишиванки, зображують жакливі кадри війни [1]. Членкиня волонтерського руху в Канаді Я. Грушевська зауважила, що виникла ідея постати у драматичному вигляді, адже в Канаді показують війну більш делікатно. Це лише один із фронтів, на якому працює діаспора в канадському місті Едмонтон [1]. Важливим є те, що така активність українців за кордоном, поширення української символіки, пісень, інших елементів айдентики показує, якою насправді є Україна, і такі дії все більше викликають у іноземців захоплення мужністю та гідністю українського народу.

Зрозуміло, що наразі українська влада та суспільство більше зосереджені на підвищенні обороноздатності держави та міцному протистоянні російській агресії, але посилювати міжнародний позитивний імідж України вже під час війни є також дуже важливим, адже це нейтралізує образ держави-жертви, а у найближчому майбутньому таке сприйняття і зовсім зникне. Варто також зазначити, що не лише на рівні українського суспільства здійснюються серйозні кроки у просуванні бренду України, проте і на вищому рівні держави є позитивні новини. Нещодавно Міністерство культури та інформаційної політики України разом із Державним агентством України з питань мистецтва та мистецької освіти та партнерами заявили про початок проекту «Україна тепер і назавжди» [4]. Це є новим брендом української культури під час війни #StandWithUkraine. Основна ідея проекту – привернути увагу світової аудиторії до української культури та мистецтва, сприяти подальшому об'єднанню міжнародної спільноти в опір російській агресії. Окрім заклику продовжувати культурну блокаду Російської Федерації, важливим також є надання правдивої та експертної інформації закордонній спільноті про українські культурні проекти та мистецькі заходи. Міністр культури та інформаційної політики України О. Ткаченко стверджує, що саме зараз нам потрібно говорити мовою української культури, «м'якою силою», що об'єднує та ідентифікує українців, нашою спадщиною та мистецтвом, нашими цінностями. Українська культура наповнюється абсолютно новими значеннями. Розширення її кордонів – це можливість привернути увагу інших країн як до нашої історії, так і до подій сьогодення [4].

Отже, попри широкомасштабну війну держава налагоджує канали комунікації бренду України у світі і сприяє поширенню образу сучасної, сильної та героїчної держави. Наразі важливо підтримувати такий імідж мовою символів української культури – а саме кіно, літератури, музики, мистецтва чи театру, – а також вимагати використання правильної риторики у медіапросторі, адже ці дії матимуть великий вплив на стратегію «м'якої сили» України та загалом на міжнародний імідж держави у майбутньому.

Джерела та література

1. «Війна – це страшно». Як українська діаспора в Канаді підтримує Україну. *Суспільне новини*. 15 квітня 2022 року. URL: <https://suspilne.media/227611-vijna-ce-strasno-ak-ukrainska-diaspora-v-kanadi-pidtrimue-ukrainu/>
2. Four maps that explain the Russia-Ukraine conflict. *The Washington Post*. 26 february 2022. URL: <https://www.washingtonpost.com/world/2022/01/21/ukraine-russia-explain-maps/>
3. The cultural voice of Ukraine. Volodymyr Sheiko. *USC Center on Public Diplomacy*. 24 february 2022. URL: <https://uscpublicdiplomacy.org/blog/cultural-voice-ukraine>
4. «Ukraine Now and Forever»: the state presents a new brand of Ukrainian culture in the world during the war #StandWithUkraine. *Міністерство культури та інформаційної політики України*. 15 квітня 2022 р. URL: <https://mkip.gov.ua/news/7058.html>.