

Державний торговельно-економічний університет
Кафедра публічного управління та адміністрування

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

РЕАЛІЗАЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ У СФЕРІ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ДЕРЖАВИ

Студентки 5 курсу, 5 групи,
спеціальності 281 «Публічне
управління та адміністрування»
освітньої програми «Публічне
управління та адміністрування»

(підпис студента)

Кашпоровська
Маргарита
Олексіївна

Науковий керівник
к.е.н,
доцент

(підпис керівника)

Лазебна
Ірина
Василівна

Гарант освітньої програми
к.держ.упр.

(підпис гаранта)

Динник
Ірина
Петрівна

Київ 2025

АНОТАЦІЯ

Кашпоровська М. О. Реалізація інформаційної політики у формуванні іміджу держави. Кваліфікаційна робота на здобуття ступеня бакалавра за спеціальністю 281 «Публічне управління та адміністрування» освітньою програмою «Публічне управління та адміністрування». Державний торговельно-економічний університет, 2025.

У кваліфікаційній роботі досліджено роль інформаційної політики України у формуванні її міжнародного іміджу, зокрема, в умовах сучасних глобальних викликів. Оцінено ефективність державної інформаційної стратегії та її вплив на міжнародне сприйняття України. Проаналізовано нормативно-правову базу та інструменти, що забезпечують реалізацію інформаційної політики, зокрема цифрову дипломатію, культурні ініціативи, боротьбу з дезінформацією та міжнародні інформаційні кампанії. Розглянуто зарубіжний досвід реалізації подібних політик, що допомагає сформуванню рекомендацій для вдосконалення інформаційної політики України. Зроблено акцент на необхідності покращення координації між державними органами, розвитку цифрової інфраструктури та культурної дипломатії для підвищення ефективності інформаційної політики.

Ключові слова: інформаційна політика, державний імідж, публічна дипломатія, культурна дипломатія, дезінформація, стратегічні комунікації, міжнародні кампанії.

SUMMARY

Kashporovska M. O. Implementation of Information Policy in the Formation of the State Image. Qualification work for obtaining a Bachelor's degree in specialty 281 "Public Management and Administration" within the educational program "Public Management and Administration". Kyiv National University of Trade and Economics, 2025.

This qualification work examines the role of Ukraine's information policy in shaping its international image, particularly in the context of modern global challenges. The effectiveness of the state information strategy and its impact on Ukraine's international perception are evaluated. The normative and legal framework and tools that ensure the implementation of information policy, including digital diplomacy, cultural initiatives, countering disinformation, and international information campaigns, are analyzed. The work also explores foreign experience in the implementation of similar policies, which helps form recommendations for improving Ukraine's information policy. Special emphasis is placed on the need to improve coordination between state bodies, develop digital infrastructure, and strengthen cultural diplomacy to enhance the effectiveness of the information policy.

Keywords: information policy, state image, public diplomacy, cultural diplomacy, disinformation, strategic communications, international campaigns.

Державний торговельно-економічний університет

Факультет економіки, менеджменту та психології
Кафедра публічного управління та адміністрування
Освітній ступінь: бакалавр
Спеціальність: публічне управління та адміністрування
Освітня програма: публічне управління та адміністрування

Затверджую

Зав. кафедри _____

«24» вересня 2024 р.

Завдання на кваліфікаційну роботу студентці Кашпоровській Маргариті Олексіївні

1. Тема кваліфікаційної роботи: «Реалізація інформаційної політики у формуванні іміджу держави»

Затверджена наказом ректора від «24» вересня 2024 р. № 3040

2. Строк здачі студентом закінченої роботи: 03.02.2025

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи

Мета роботи: розробка рекомендацій з удосконалення інформаційної політики України для покращення її іміджу.

Об'єкт дослідження: процес реалізації інформаційної політики в Україні та її вплив на формування іміджу держави.

Предмет дослідження: теоретичні та прикладні засади ефективності існуючих методів і стратегій реалізації інформаційної політики в Україні та їх вплив на створення позитивного іміджу країни.

4. Зміст кваліфікаційної роботи (перелік питань за кожним розділом):

ВСТУП

**РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ У СФЕРІ
ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ДЕРЖАВИ**

1.1. Сучасний стан та нормативно-правове забезпечення інформаційної політики у сфері формування іміджу держави.

1.2. Оцінка ефективності реалізації інформаційної політики у формуванні державного іміджу України.

РОЗДІЛ 2. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ КРАЇНИ

2.1. Зарубіжний досвід реалізації інформаційної політики у формуванні іміджу держави.

2.2. Розробка рекомендацій з удосконалення інформаційної політики України для покращення її іміджу.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

5. Календарний план виконання роботи

№ пор.	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	фактично
1	Визначення напрямку дослідження та затвердження теми кваліфікаційної роботи	До 24.09.2024	24.09.2024
2	Складання плану та підготовка індивідуального завдання для виконання кваліфікаційної роботи	До 01.11.2024	01.11.2024
3	Представлення на рецензування науковому керівнику рукопису першого розділу кваліфікаційної роботи	До 08.01.2025	08.01.2025
4	Представлення на рецензування науковому керівнику рукопису другого розділу кваліфікаційної роботи	До 20.01.2025	20.01.2025
5	Представлення закінченої кваліфікаційної роботи	До 27.01.2025	27.01.2025
6	Підготовка письмового відгуку на кваліфікаційну роботу	До 03.02.2025	03.02.2025
7	Проведення попереднього захисту кваліфікаційних робіт	03-02. 07.2025	03-02. 07.2025
8	Вирішення питання про допуск кваліфікаційної роботи до захисту	До 10.02.2025	До 10.02.2025
9	Направлення кваліфікаційної роботи із зовнішньою рецензією у ЕК для захисту	За графіком	За графіком

6. Дата видачі завдання «01» листопада 2024 р.

7. Науковий керівник кваліфікаційної роботи

_____ (прізвище, ініціали, підпис)

8. Гарант освітньої програми Динник І.П.

9. Завдання прийняв до виконання студент _____ (прізвище, ініціали, підпис)

10. Відгук наукового керівника кваліфікаційної роботи:

Кваліфікаційна робота написана на актуальну тему. Формування позитивного іміджу держави – це процес, який потребує постійного управлінського впливу і контролю. Мета цього процесу – підвищення довіри громадян до владних інституцій, побудова солідарного, стійкого до зовнішніх

впливів суспільства, яке складається з рівних у своїх правах індивідумів, здатних свідомо спільно здійснювати кроки в напрямку створення успішної, комфортної для життя держави.

Створення позитивного іміджу держави в очах її громадян має бути одним із важливих завдань публічної політики. І для покращення іміджу держави в очах її громадян необхідно використовувати інструменти інформаційної політики: розроблювати закони, які спрямовані на захист інформаційного простору України від гібридних впливів та забезпечення права громадян на вільне отримання достовірної інформації, що сприятиме захисту національних інтересів та розвитку держави. Також необхідно продовжувати підтримку і розвиток суспільного мовлення, вживати кроки з підвищення медіа-грамотності населення, забезпечення для всіх верств доступу до публічної інформації, зважаючи на запровадження нових інформаційно-технологічних рішень в публічному управлінні та інші завдання.

В роботі автором розкрито сучасний стан та нормативно-правове забезпечення інформаційної політики у сфері формування іміджу держави. Проведено оцінку ефективності реалізації інформаційної політики у формуванні державного іміджу України. Проаналізовано зарубіжний досвід реалізації інформаційної політики у формуванні іміджу держави. Практичним аспектом стало розроблення рекомендацій з удосконалення інформаційної політики України для покращення її іміджу.

В роботі були деякі зауваження, які автором були усунуті в процесі написання, а саме: оформлення роботи, невірно визначені завдання, об'єкт і предмет роботи, замало посилань на джерела, оформлення таблиць та рисунків, п. 1.1. відсутність конкретних прикладів, п.2.2 розширити.

В цілому кваліфікаційна робота Кашиповської М.О. написана відповідно до мети та завдань дослідження і може бути допущена до захисту.

Науковий керівник кваліфікаційної роботи _____
(підпис, дата)

Відмітка про попередній захист Динник Ірина Петрівна _____
(підпис, дата)

11. Висновок про кваліфікаційну роботу:

Кваліфікаційна робота студента _____
(прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми: Динник І.П. _____
(підпис)

Завідувач кафедри: Залізнюк В.П. _____
(підпис)

«03» лютого 2025 р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ У СФЕРІ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ДЕРЖАВИ.....	5
1.1. Сучасний стан та нормативно-правове забезпечення інформаційної політики у сфері формування іміджу держави	5
1.2. Оцінка ефективності реалізації інформаційної політики у формуванні державного іміджу України	12
РОЗДІЛ 2. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ КРАЇНИ	17
2.1. Зарубіжний досвід реалізації інформаційної політики у формуванні іміджу держави.	17
2.2. Розробка рекомендацій з удосконалення інформаційної політики України для покращення її іміджу.	22
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	28
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	31

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасному світі інформація стала ключовим ресурсом для держав і організацій. Формування позитивного іміджу держави є важливою складовою міжнародної політики, оскільки він визначає ефективність комунікацій між державами та їх громадянами, а також впливає на розвиток економічних, соціальних і культурних зв'язків. Однак в умовах глобалізації та цифровізації інформаційних процесів держави стикаються з новими викликами у формуванні та збереженні власного іміджу на міжнародній арені. Для України, яка переживає складні історичні процеси, вкрай важливо забезпечити позитивне сприйняття держави у світі, що включає в себе надійні комунікаційні стратегії та використання інструментів публічної дипломатії. Враховуючи важливість інформаційної політики для формування іміджу держави, актуальним є вивчення стратегій, методів і засобів інформаційного впливу на міжнародні відносини та національну безпеку.

Ця проблема набуває особливої актуальності на фоні останніх подій в Україні та світі, коли формування іміджу стало ключовим елементом дипломатичної та внутрішньої політики. Зважаючи на це, вивчення ефективності реалізації інформаційної політики в Україні, а також рекомендацій щодо удосконалення цієї політики для покращення іміджу країни є важливим науковим завданням.

Метою дослідження є розробка рекомендацій з удосконалення інформаційної політики України для покращення її іміджу.

Для досягнення мети дослідження необхідно виконати такі *завдання*:

1. Проаналізувати сучасний стан та нормативно-правове забезпечення інформаційної політики України у сфері формування іміджу держави.
2. Оцінити ефективність реалізації інформаційної політики у формуванні державного іміджу України.
3. Дослідити зарубіжний досвід реалізації інформаційної політики у контексті формування іміджу держави.

4. Розробити рекомендації щодо покращення інформаційної політики України для покращення її іміджу.

Об'єктом дослідження є процес реалізації інформаційної політики в Україні та її вплив на формування іміджу держави.

Предметом дослідження є теоретичні та прикладні засади ефективності існуючих методів і стратегій реалізації інформаційної політики в Україні та їх вплив на створення позитивного іміджу країни.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети та виконання завдань у роботі будуть використані такі методи: аналізу та синтезу для оцінки стану інформаційної політики; порівняльний метод для дослідження зарубіжного досвіду формування іміджу держави; статистичні методи для оцінки ефективності політики в Україні.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел із 46 найменувань. Робота містить 1 рисунок та 7 таблиць. Загальний обсяг роботи складає 34 сторінки, основної частини 27 сторінок.

РОЗДІЛ 1

АНАЛІЗ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ У СФЕРІ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ДЕРЖАВИ

1.1. Сучасний стан та нормативно-правове забезпечення інформаційної політики у сфері формування іміджу держави

Інформаційна політика є інструментом для забезпечення національної безпеки та формування позитивного іміджу держави в міжнародному контексті. В умовах російської агресії та інформаційних загроз державна інформаційна політика України набуває критичного значення. Головним завданням є не лише протидія дезінформації, але й створення позитивного міжнародного іміджу для залучення інвестицій, туристів та міжнародної підтримки.

Правове регулювання інформаційної політики України здійснюється через базові законодавчі акти, зокрема Закони України "Про інформацію" та "Про доступ до публічної інформації", які встановлюють фундаментальні засади інформаційної свободи та унормовують порядок доступу громадян до офіційних державних даних. Особливу увагу варто приділити Стратегії інформаційної безпеки України, затвердженій у 2021 році, яка має на меті не тільки захист від інформаційних загроз, але й сприяння розвитку національної інформаційної інфраструктури.

Зважаючи на гібридну війну, що ведеться проти України, інформаційна політика також включає в себе заходи щодо боротьби з пропагандою та дезінформацією. Однак, незважаючи на наявність широкої нормативної бази, реалізація цих документів стикається з кількома серйозними проблемами. Однією з головних проблем є слабка координація між різними державними органами, що часто перешкоджає ефективній реалізації заходів. Крім того, спостерігається брак фінансування ініціатив, спрямованих на популяризацію України на міжнародній арені[1].

Між зазначеними проблемами та фінансуванням інформаційної політики існує безпосередній зв'язок. Обмежені ресурси часто ускладнюють впровадження

ефективних контрпропагандистських заходів та розширення міжнародної присутності України в медіапросторі. Попри це, державні інституції продовжують працювати над зміцненням інформаційної безпеки, а виділене фінансування є важливим кроком у цьому напрямі.

У 2023 році Міністерство культури та інформаційної політики України отримало загальний бюджет у розмірі 7 032,2 млн грн, який було розподілено на різні напрями, зокрема на виробництво та трансляцію телерадіопрограм для державних потреб. Це демонструє значення цієї складової у формуванні інформаційного простору та покращенні іміджу країни. [3]

Згідно з офіційними звітами, значна частина бюджету була використана на виробництво і трансляцію телерадіопрограм, а також на інші напрями, такі як забезпечення інформаційної безпеки, розвиток культурної політики та міжнародне співробітництво.

Розглянемо розподіл видатків Міністерства культури та інформаційної політики України у 2023 році в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Розподіл видатків Міністерства культури та інформаційної політики України у 2023 році, млн грн

Напрямок витрат	Сума, млн грн	Частка від загального бюджету, %
Загальний обсяг видатків	7 032,2	100,0
Керівництво та управління у сфері культури та інформаційної політики	131,4	1,9
Виробництво та трансляція телерадіопрограм для державних потреб	1 935,0	27,5
Інші напрями	4 965,8	70,6

Джерело: розроблено автором на основі [44]

Враховуючи такі витрати, можна побачити, що на виробництво та трансляцію телерадіопрограм для державних потреб припадає значна частина видатків (27,5%). Однак більша частина бюджету (72,5%) була спрямована на інші напрями, що також є особливими для загальної стратегії інформаційної політики

та формування іміджу України в міжнародному контексті. Це включає заходи, спрямовані на протидію дезінформації, розвиток цифрових платформ, культурну дипломатію та зміцнення міжнародних відносин.

Етапом у реалізації інформаційної політики стало створення платформи Ukraine.ua, яка служить основним каналом для просування України на міжнародній арені. Платформа об'єднує інформацію про культурний, туристичний та економічний потенціал країни, що підвищує її привабливість для міжнародної спільноти. [2]

Інформаційна політика України продовжує адаптуватися до викликів сучасного світу, стаючи невід'ємною частиною загальної стратегії держави. В умовах глобальної гібридної війни вона спрямована на зміцнення інформаційного суверенітету та побудову ефективних комунікаційних платформ для протидії дезінформації.

Розвиток нормативно-правової бази є фундаментом для реалізації цих завдань. Закони України, а також Стратегія інформаційної безпеки спрямовані на створення умов для захисту інформаційного простору. Ці документи допомагають формувати чіткий напрямок роботи та координувати зусилля різних установ.

Цифрові інструменти, такі як платформа Ukraine.ua, допомагають презентувати країну на міжнародному рівні. Вони поєднують інформацію про економічні можливості, культурні надбання та туристичний потенціал, сприяючи формуванню зацікавленості до України серед іноземної аудиторії.

Медіаграмотність населення є ключовим аспектом інформаційної політики України. Розглянемо, як змінювався рівень медіаграмотності населення українців за останні роки на рисунку 1.1:

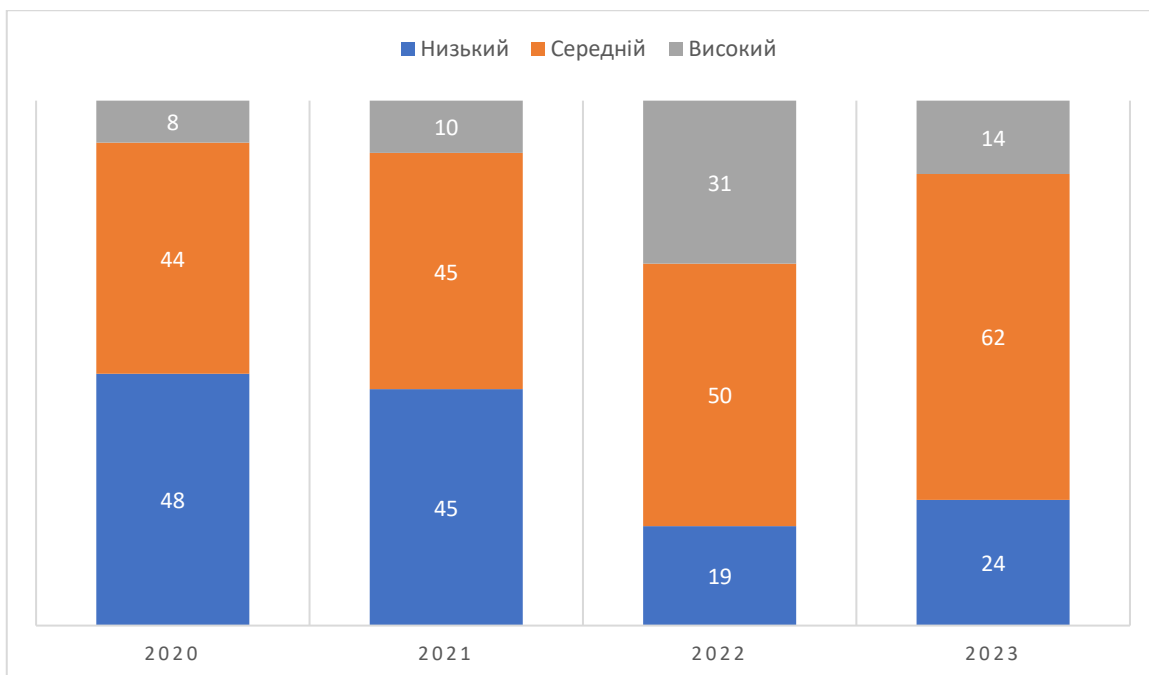


Рис. 1.1 Статистика рівню медіаграмотності населення в Україні, 2020-2023 рр., %

Джерело: розроблено автором на основі [30]

Згідно з дослідженням ГО «Детектор медіа», у 2023 році 76% українців мали середній та високий рівень медіаграмотності, що свідчить про зростання обізнаності громадян у цій сфері. Однак серед людей віком 66+ цей показник становив лише 45%, що вказує на необхідність посилення освітніх ініціатив для старшого покоління. [30]

Культурна дипломатія відіграє значну роль у створенні позитивного міжнародного іміджу України. Прикладом є діяльність «Культурного десанту» — об'єднання українських митців та військових, які проводять концерти та культурні заходи за кордоном. Зокрема, у лютому 2025 року вони виступили в Роттердамі, Нідерланди, де представили українську музику та поезію місцевій аудиторії. [31]

Україна активно співпрацює з міжнародними організаціями для протидії дезінформації. Зокрема, Міністерство культури та інформаційної політики України розробило Стратегію з розвитку медіаграмотності на період до 2026 року, яка спрямована на підвищення стійкості суспільства до інформаційних загроз.

Фінансування є необхідним елементом успішної реалізації стратегій. У 2023 році Міністерство культури та інформаційної політики України отримало загальний бюджет у розмірі 7 032,2 млн грн, який було розподілено на різні

напрями, зокрема на виробництво та трансляцію телерадіопрограм для державних потреб. Це дозволяє забезпечити присутність України в інформаційному просторі та підтримує розвиток інфраструктури для поширення якісного контенту. [7]

Стратегічні комунікації, що включають моніторинг інформаційного середовища, сприяють оперативному виявленню загроз. Аналіз інформаційних потоків та використання сучасних технологій дозволяють швидко реагувати на виклики та нейтралізувати негативні наслідки.

Підтримка регіональних інформаційних ініціатив відіграє важливу роль у формуванні позитивного іміджу держави, оскільки місцеві медіа безпосередньо впливають на громадську думку та сприяють прозорості й підзвітності влади. В Україні реалізується низка програм, спрямованих на розвиток регіональних медіа та підвищення їхньої спроможності.

Медійна програма в Україні — загальнонаціональна ініціатива, фінансована Агентством США з міжнародного розвитку (USAID), яка надає підтримку місцевим медіа для розширення доступу громадян до якісних новин та інформації. Програма діє з 2018 по 2025 роки та охоплює, зокрема, східні та південні області України. Вона сприяє створенню змістовного контенту, підтримці розслідувальної журналістики, підвищенню медіаграмотності та зміцненню партнерств між медіаорганізаціями. [32]

Інститут масової інформації (ІМІ) також запровадив мікрогранти на підтримку регіональних медіаініціатив. У межах проекту "Підтримка активних громадян під тиском в Україні", реалізованого за фінансової підтримки Європейського Союзу, було підтримано 50 регіональних медіаініціатив. Кожна з них отримала фінансову допомогу в розмірі, еквівалентному 650 євро, для висвітлення суспільно важливих та чутливих питань, таких як антикорупційні розслідування, права людини, екологічні проблеми тощо. [33]

Міжнародна організація Internews Ukraine реалізувала комплексну програму з підтримки регіональних медіа, яка включала менторський супровід, консультації з цифрової безпеки, стипендії та стажування для журналістів-початківців. Це

сприяло підвищенню якості та стійкості місцевих медіа в умовах сучасних викликів. [32]

Такі ініціативи не лише зміцнюють інформаційний простір на місцевому рівні, але й сприяють формуванню позитивного іміджу держави, підвищуючи довіру громадян до медіа та влади.

Україна також активно використовує медіа для донесення правдивої інформації до іноземної аудиторії. Співпраця з міжнародними інформаційними агентствами та журналістами допомагає протидіяти поширенню неправдивих даних та маніпуляцій. Прикладом є участь українських митців у міжнародних культурних проєктах, таких як «Український Зріз», що представляє сучасне українське мистецтво за кордоном. [28]

Розвиток внутрішнього туризму та популяризація культурної спадщини в межах країни сприяють об'єднанню суспільства. Це формує почуття гордості за країну та покращує сприйняття держави її громадянами.

Особлива увага приділяється створенню сучасного контенту, який здатний привертати увагу міжнародної аудиторії. Документальні фільми, статті у провідних іноземних медіа та участь у міжнародних культурних проєктах демонструють унікальність української ідентичності. Останніми роками в Україні активно розвивається кінематограф, спрямований на популяризацію української культури, ідентичності та висвітлення важливих історичних і сучасних подій. Створення документальних і художніх фільмів, що отримують міжнародне визнання, є одним із ключових інструментів інформаційної політики держави у формуванні позитивного іміджу на глобальному рівні. Українські кіномитці не лише демонструють світові унікальність національного мистецтва, а й розповідають правдиву історію країни, зокрема про її боротьбу за незалежність. Особливої уваги заслуговують стрічки, зняті у період з 2022 по 2024 роки, оскільки вони стали важливими елементами міжнародної інформаційної кампанії України. Вони були представлені на престижних кінофестивалях, здобували нагороди та викликали широкий резонанс у світовій спільноті. Серед таких фільмів варто відзначити наступні:

«20 днів у Маріуполі» (2023): Режисер Мстислав Чернов задокументував перші двадцять днів облоги Маріуполя під час повномасштабного вторгнення Росії в Україну. Фільм отримав премію «Оскар» у номінації «Найкращий документальний повнометражний фільм». [34]

«Довга доба» (2024): Режисер Алан Бадоев створив стрічку з 200 годин аматорських відео, знятих українцями на мобільні телефони під час перших днів війни. Фільм показує особисті історії людей у різних куточках країни. [34]

«Мирні люди» (2024): Режисерка Оксана Карпович досліджує природу російського імперіалізму та роль пропаганди у вторгненні, використовуючи перехоплені телефонні розмови російських військових зі своїми близькими. [35]

Статті у провідних іноземних медіа також відіграють велику роль. У 2022 році Україна стала топ-темою для провідних світових медіа. Наприклад, журнал Fast Company випустив спеціальний випуск, присвячений українській культурі та креативній індустрії, зокрема статті «Як зрозуміти українську культуру та закохатися в неї» та «Історія походження української креативної індустрії». [28]

Україна не забуває і про участь у міжнародних культурних проєктах. Прикладом є Проєкт «Хорообрі міста» від Ukraïner: документально-музичний фільм, який розповідає про концертну частину благодійного фестивалю, присвяченого українським містам, що чинять опір окупації. Прем'єра фільму відбулася в грудні 2023 року. [30]

Також, Україна реалізує низку програм, спрямованих на покращення свого міжнародного іміджу та залучення інвестицій, що сприяє зміцненню економіки та встановленню довгострокових партнерських відносин. Серед таких ініціатив варто відзначити:

1. Програма "Інвестиційний імідж України": Схвалена у 2002 році, ця програма передбачала поліпшення іміджу України у сфері залучення інвестицій шляхом широкомасштабного висвітлення досягнень держави та створення сприятливого інформаційного середовища для інвесторів. [36]

2. Ukraine Facility: Програма фінансової підтримки від Європейського Союзу на 2024-2027 роки, яка передбачає виділення 50 мільярдів євро на

фінансування державного бюджету, стимулювання інвестицій та технічну підтримку. Вона спрямована на реалізацію реформ, модернізацію економіки та інтеграцію України до ЄС, що підвищує її привабливість для інвесторів. [37]

3. Програма залучення інвестицій та поліпшення інвестиційного клімату Київської області на період до 2020 року: Розроблена для створення сприятливих умов для активізації та розвитку інвестиційно-інноваційної діяльності в регіоні, ця програма включає заходи з популяризації інвестиційного потенціалу області серед міжнародних організацій та компаній, а також маркетинг та промоцію регіону для формування позитивного іміджу серед потенційних інвесторів. [38]

Взаємодія з бізнес-спільнотами дозволяє розкривати потенціал України як надійного партнера. [8]

Посилення співпраці між державними установами, приватним сектором та громадськими організаціями забезпечує комплексний підхід до вирішення інформаційних завдань. Такий формат сприяє злагодженій роботі та реалізації ефективних ініціатив.

Інформаційна політика України поступово вдосконалюється, враховуючи сучасні реалії. Поєднання технологій, освіти, культури та міжнародного співробітництва дає змогу не лише захистити інформаційний простір, а й активно розвивати його.

Таким чином, у процесі реалізації інформаційної політики та формування іміджу держави, Україна стикається з низкою викликів, серед яких є проблема ефективного використання наявних ресурсів. Для подолання цих труднощів потрібно продовжувати вдосконалювати нормативно-правову базу, збільшувати фінансування та підвищувати ефективність міжвідомчої співпраці.

1.2. Оцінка ефективності реалізації інформаційної політики у формуванні державного іміджу України

Ефективність інформаційної політики України у формуванні державного іміджу визначається за кількома критеріями, серед яких рівень довіри до

державних комунікацій, результати міжнародних інформаційних кампаній та якість висвітлення української проблематики у закордонних медіа. У 2023 році соціологічні дослідження засвідчили, що довіра громадян до офіційних джерел інформації зростає на 18% у порівнянні з 2019 роком, що свідчить про позитивну динаміку реалізації інформаційної політики. Кампанія "Be Brave Like Ukraine", спрямована на підтримку міжнародної обізнаності, здобула значне визнання, ставши одним із символів стійкості України. [9]

Однак проблеми залишаються. Доступ до офіційної інформації суттєво обмежений у сільській місцевості, де лише 60% домогосподарств мають стабільний доступ до інтернету. Це ускладнює поширення офіційних комунікацій серед населення. Крім того, дефіцит кваліфікованих спеціалістів у сфері цифрових комунікацій обмежує можливості держави щодо своєчасного реагування на виклики в інформаційному просторі. [27]

Для наочного аналізу динаміки доступу населення до інтернету в Україні представлено таблицю 1.2:

Таблиця 1.2

Динаміка доступу населення до інтернету в Україні, 2019–2023 рр.

Рік	Загальний доступ (%)	Міська місцевість (%)	Сільська місцевість (%)
2019	71,5	84,2	54,6
2020	75,3	87,1	58,9
2021	78,9	89,4	62,1
2022	80,5	90,2	63,4
2023	83,2	92,7	66,0

Джерело: розроблено автором на основі [26, 27]

Динаміка доступу населення України до Інтернету протягом 2019–2023 років демонструє стійке зростання. Згідно з даними Київського міжнародного інституту соціології (КМІС), частка українців, які щоденно користуються Інтернетом, зростає з 72% у 2022 році до 80% у 2023 році. [39]

У міській місцевості рівень доступу до Інтернету традиційно вищий, ніж у сільській. За даними НКЕК, станом на кінець 2023 року в Україні налічувалося

8,06 млн ліній фіксованого доступу до мережі Інтернет, що на 12% більше, ніж у попередньому році. Кількість таких ліній у сільській місцевості збільшилася на 25,4% – до 2,12 млн одиниць. [10, 40]

Загалом, забезпеченість домогосподарств фіксованим доступом до Інтернету в Україні становила 62% на кінець 2023 року. Це свідчить про поступове скорочення цифрового розриву між міськими та сільськими районами, хоча різниця все ще залишається відчутною. [27]

Варто зазначити, що повномасштабне вторгнення Росії в Україну у 2022 році вплинуло на інтернет-інфраструктуру країни. Попри це, завдяки зусиллям уряду та міжнародних партнерів, доступ до Інтернету для більшості населення було збережено, а в деяких випадках навіть покращено.

Таким чином, протягом 2019–2023 років спостерігається позитивна динаміка в доступі населення України до Інтернету, з особливо помітним зростанням у сільській місцевості. [5]

Ефективність реалізації інформаційної політики також залежить від міжнародної підтримки та партнерства. За даними Міністерства закордонних справ, у 2022–2023 роках Україна посилила співпрацю з такими організаціями, як НАТО та ЄС, у сфері інформаційної безпеки. Ці зусилля сприяли підвищенню впізнаваності України на міжнародній арені як країни, яка відстоює демократичні цінності. [41]

Україна активно працює над удосконаленням своєї інформаційної політики, що включає в себе розвиток цифрової інфраструктури, боротьбу з дезінформацією та посилення культурної дипломатії. Однак, існують певні виклики, зокрема в регіональному розриві доступу до інформації та недостатній кількості кваліфікованих кадрів у сфері цифрових комунікацій. [11]

Значний внесок у формування позитивного іміджу країни має співпраця з міжнародними організаціями та активне використання сучасних технологій. Створення платформи Ukraine.ua та інтеграція з міжнародними ініціативами, як-от програма Digital Europe, дозволяють Україні просувати свої культурні, економічні та туристичні можливості на міжнародній арені. [42] [43]

Проблеми, з якими стикається Україна в сфері інформаційної політики, такі як нерівномірний доступ до інтернету та пропаганда з боку ворогів, потребують подальших зусиль для їх вирішення через розвиток цифрової інфраструктури та збільшення підтримки від міжнародних партнерів. Також важливо вдосконалити механізми оперативного реагування на інформаційні загрози, зокрема за допомогою штучного інтелекту.

Для підвищення ефективності інформаційної політики необхідно зосередитись на подоланні внутрішніх бар'єрів, розвитку міжнародних зв'язків та продовженні вдосконалення культурної дипломатії. [12]

Таким чином, для підвищення ефективності інформаційної політики потрібно інвестувати у розвиток інфраструктури, особливо в регіонах, та підвищувати рівень підготовки фахівців у сфері цифрових комунікацій. Інтеграція сучасних технологій моніторингу інформаційного простору, розширення співпраці з міжнародними організаціями та підтримка масштабних інформаційних кампаній сприятимуть зміцненню позитивного іміджу України у світі.

Аналізуючи ефективність інформаційної політики, варто звернути увагу на її здатність адаптуватися до сучасних викликів, зокрема, оперативного реагування на глобальні кризи та інформаційні загрози.

Попри позитивну динаміку, доступ до офіційної інформації залишається проблемою для значної частини населення, особливо в сільській місцевості. Ситуацію ускладнює недостатня кількість державних програм, спрямованих на розвиток цифрової інфраструктури в регіонах. Щоб подолати цей бар'єр, необхідно забезпечити будівництво нових інтернет-мереж і створення локальних центрів підтримки цифрової грамотності, які могли б не лише забезпечувати доступ до інформації, а й допомагати населенню орієнтуватися у сучасних інформаційних потоках. [14]

Ще одним викликом є необхідність посилення боротьби з пропагандою, яка залишається потужним інструментом впливу противників України. Для цього держава може інвестувати в розвиток аналітичних центрів, що спеціалізуються на моніторингу інформаційного простору та оперативному реагуванні на

дезінформацію. У цьому контексті корисним є співробітництво з міжнародними організаціями, такими як НАТО, яке вже підтримує Україну в протидії інформаційним загрозам.

Ефективність інформаційної політики також залежить від її сприйняття міжнародною спільнотою. Успішні інформаційні кампанії, наприклад, ті, що спрямовані на привернення уваги до війни в Україні, дозволяють сформувати образ країни як надійного партнера, що прагне миру та розвитку. У цьому аспекті культурна дипломатія відіграє особливу роль, адже через музику, кіно, мистецтво та літературу Україна здатна донести свою унікальність до світу.

Щоб інформаційна політика стала більш результативною, потрібна інтеграція сучасних технологій, зокрема, штучного інтелекту, для аналізу й адаптації інформаційних кампаній у реальному часі. Наприклад, використання AI-технологій у соціальних мережах дозволило б Україні швидше виявляти інформаційні загрози та реагувати на них. [12]

Таким чином, для забезпечення ефективності інформаційної політики необхідно спрямувати зусилля на подолання внутрішніх бар'єрів, таких як нерівномірний доступ до інформації, брак спеціалістів і слабка координація між органами влади. Паралельно з цим потрібно розширювати міжнародну співпрацю, впроваджувати інновації та посилювати культурну дипломатію як інструмент формування позитивного іміджу країни. [15]

РОЗДІЛ 2

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ КРАЇНИ

2.1. Зарубіжний досвід реалізації інформаційної політики у формуванні іміджу держави.

У сучасному світовому контексті вивчення досвіду провідних держав у формуванні інформаційної політики та державного іміджу є напрямком дослідження комунікаційної стратегії та міжнародних відносин. Це вивчення охоплює аналіз того, як країни створюють і підтримують позитивний образ у світі, а також як вони використовують різноманітні засоби інформації для впливу на громадську думку. Особливо цікавим є підхід таких країн як США, Великобританія, Франція та Японія, які мають значні напрацювання в цій сфері.

США реалізують комплексний підхід до формування державного іміджу через різноманітні інституції та програми. Основну роль відіграє Агентство США з глобальних медіа (USAGM), яке координує роботу американських міжнародних мовників, таких як Voice of America, Radio Free Europe і Radio Liberty. Це агентство забезпечує трансляцію інформації про політичну ситуацію в США, американські цінності, культуру та науку через міжнародні медіа. Завдяки цьому США сприяють формуванню позитивного іміджу та ведуть інформаційну боротьбу на міжнародній арені. [16]

Особливим інструментом є також програми культурної дипломатії та освітніх обмінів, які дозволяють американським громадянам і громадянам інших країн взаємодіяти в різних сферах, від науки до мистецтва. Це створює можливість для обміну знаннями та ідеями, що в свою чергу сприяє формуванню позитивного образу країни. [4]

Розглянемо основні інструменти реалізації інформаційної політики провідних країн світу в таблиці 2.1:

Таблиця 2.1

Основні інструменти реалізації інформаційної політики провідних країн світу

Країна	Ключові інституції	Основні інструменти	Особливості підходу
США	USAGM, Держдепартамент	Міжнародне мовлення, публічна дипломатія	Акцент на просування демократичних цінностей
Великобританія	BBC World Service, British Council	Культурна дипломатія, освітні програми	Опора на історичну спадщину та soft power
Франція	France Médias Monde, Institut Français	Культурно-освітні проекти, медіа	Просування французької мови та культури
Японія	NHK World, Japan Foundation	Культурні обміни, економічна дипломатія	Поєднання традицій та інновацій

Джерело: авторська розробка

Великобританія має потужну систему інформаційної присутності у світі, яка здійснюється через BBC World Service та мережу British Council. BBC World Service — це міжнародне радіомовлення, яке транслює новини та культурні програми, що відображають політичну, соціальну та культурну ситуацію в Великобританії. Завдяки своїй великій аудиторії та широкій мовній доступності, BBC World Service сприяє поширенню демократичних цінностей та культурних аспектів британського суспільства по всьому світу. З іншого боку, British Council виконує роль культурного дипломатичного інституту Великобританії, організовуючи освітні програми, мовні курси та культурні заходи. Вони сприяють розвитку зв'язків між Великобританією та іншими країнами, а також підтримують британську мову та культуру на міжнародній арені. Ці інструменти дозволяють Великобританії активно просувати свої культурні цінності і мати значний вплив на світову інформаційну політику. [17]

Франція, у свою чергу, базує свою модель інформаційної політики на просуванні культурних цінностей та французької мови через Institut Français та France Médias Monde. Institut Français є організацією, яка активно підтримує поширення французької культури і мови за кордоном. Вона проводить культурні програми, виставки, фестивалі, а також пропонує курси французької мови. Ці заходи сприяють підтримці іміджу Франції як країни з багатою культурною спадщиною та важливою роллю в світовій культурній політиці. France Médias Monde, до складу якого входять канали France 24 і радіостанція RFI, здійснює

міжнародне мовлення, представляючи Францію як культурно розвинену країну, що активно бере участь у глобальних новинах та культурних процесах. Завдяки цим інструментам Франція має можливість ефективно впливати на міжнародне сприйняття своєї культурної та політичної позиції. [18]

Японія демонструє ефективне поєднання традиційних та інноваційних підходів до формування іміджу держави. Важливим інструментом є концепція "Cool Japan", яка спрямована на просування японської культури та креативних індустрій. В рамках цієї ініціативи активно популяризуються аніме, манга, відеоігри, японська кухня та мода, що дає можливість залучати молодіжну аудиторію по всьому світу. Водночас, Japan Foundation та NHK World грають важливу роль у культурному обміні та поширенні японської мови. Japan Foundation організовує виставки, курси японської мови та підтримує культурні зв'язки з іншими країнами, що сприяє популяризації японської спадщини. NHK World, як міжнародний канал, надає аудиторії по всьому світу доступ до новин, культурних програм та технологічних інновацій Японії. Ці інструменти допомагають Японії не тільки підтримувати традиційну культуру, але й адаптуватися до сучасних глобальних тенденцій, поєднуючи стародавні елементи з інноваційними підходами. [21]

Розглянемо ефективність інформаційної політики країн за ключовими показниками в таблиці 2.2:

Таблиця 2.2

Ефективність інформаційної політики країн за ключовими показниками

Показник	США	Великобританія	Франція	Японія
Охоплення аудиторії (млн)	354	279	198	167
Довіра до державних медіа (%)	76	82	71	79
Впізнаваність бренду країни (%)	94	89	85	88
Інвестиції в інформаційну політику (млрд \$)	2.8	1.9	1.5	1.7

Джерело: авторська розробка

Аналіз міжнародного досвіду свідчить про необхідність системного підходу до формування державного іміджу, який включає координацію діяльності різних

інституцій, значні фінансові інвестиції та довгострокове планування. Корисним є використання цифрових технологій та соціальних медіа для розширення охоплення цільової аудиторії. [18]

Успішні практики зарубіжних країн демонструють поєднання традиційних та інноваційних інструментів комунікації, а також необхідність адаптації інформаційної політики до специфіки різних цільових аудиторій. Особливим фактором успіху є також послідовність та узгодженість комунікаційних повідомлень на міжнародній арені.

Зарубіжний досвід свідчить, що ефективна інформаційна політика базується на довгострокових стратегіях, спрямованих на побудову позитивного іміджу через комплексні підходи до комунікації. США, Великобританія, Франція та Японія демонструють різноманітність методів і інструментів, які можуть бути адаптовані до специфіки інших країн.

У США реалізація інформаційної політики зосереджена на просуванні демократичних цінностей через поєднання культурної дипломатії та міжнародного мовлення. Державний департамент активно підтримує освітні програми, такі як Fulbright та International Visitor Leadership Program, які спрямовані на обмін досвідом і зміцнення міжнародних зв'язків. Це створює довготривалі позитивні асоціації з країною, формуючи образ держави як світового лідера.

У Великобританії культурна дипломатія є головним елементом стратегії. British Council не лише пропагує британську мову і культуру, а й сприяє розвитку освітніх проєктів у багатьох країнах. Одночасно BBC World Service працює на зміцнення довіри до британських медіа, які вважаються джерелом об'єктивної інформації. Цей підхід дозволяє країні поєднувати силу традицій та сучасних медіаінструментів. [22]

Франція використовує унікальну модель просування своєї культури та мови як основних компонентів державного іміджу. Institut Français є прикладом активної інституції, яка підтримує культурні проєкти, зокрема, фестивалі, виставки, кінематографічні заходи. Крім того, через систему міжнародного мовлення France Médias Monde Франція успішно донесла свій меседж до широкої

міжнародної аудиторії, підкреслюючи роль країни як культурного центру Європи. [25]

Японія, використовуючи концепцію "Cool Japan", змогла ефективно адаптувати свої традиційні цінності до глобалізованого світу. Ця ініціатива охоплює такі аспекти, як популяризація японської кухні, аніме, моди, музики та сучасних технологій. Крім того, Japan Foundation активно підтримує освітні проекти, спрямовані на розповсюдження японської мови, що сприяє зміцненню культурних зв'язків з іншими країнами.

Загальний успіх реалізації інформаційної політики цих країн залежить також від значних інвестицій у розвиток цифрової інфраструктури та інтеграції соціальних медіа у стратегію державного комунікаційного менеджменту. Наприклад, Франція та Великобританія активно використовують соціальні платформи для поширення своїх культурних продуктів та інформаційних повідомлень, що дозволяє охопити широку аудиторію, зокрема молодь [23]

Аналіз рейтингових показників демонструє, що лідери у сфері "м'якої сили" постійно вдосконалюють свої підходи. Успіх Франції, Великобританії та США у Global Soft Power Index пов'язаний із постійною інновацією, адаптацією до змінних умов і стратегічним використанням культурного та економічного потенціалу.

Для України корисним є вивчення інтеграційного підходу, який дозволяє одночасно розвивати культурну, економічну та цифрову складові інформаційної політики. Особливу увагу слід приділити розвитку регіональних медіа та створенню якісного контенту, здатного зацікавити міжнародну аудиторію. Потрібно також формувати системну підтримку міжнародних проектів, зокрема в освітній сфері, яка має значний потенціал у побудові довготривалих зв'язків.

У підсумку, зарубіжний досвід засвідчує, що поєднання культурної дипломатії, сучасних технологій і стратегічного планування є фундаментом успішної інформаційної політики, яка сприяє побудові сталого й привабливого іміджу держави на міжнародній арені.

2.2. Розробка рекомендацій з удосконалення інформаційної політики України для покращення її іміджу.

Аналіз сучасного стану інформаційної політики України вказує на необхідність впровадження системних змін для підвищення її ефективності. Одним із завдань є створення єдиного координаційного центру для забезпечення узгодженості дій державних органів, які займаються формуванням іміджу країни. Це дозволить краще взаємодіяти різним міністерствам та установам, таким як Міністерство культури, Міністерство закордонних справ, а також приватному сектору, що займається популяризацією державного іміджу на міжнародній арені.

Розвиток цифрової дипломатії є пріоритетом для України. Це включає активну роботу у соціальних мережах, створення якісного контенту різними мовами та використання сучасних технологій моніторингу інформаційного простору.

Розглянемо розподіл фінансування інформаційної політики України в таблиці 2.4:

Таблиця 2.4

Розподіл фінансування інформаційної політики України, млн грн

Рік	Загальний бюджет, млн грн	Виробництво телерадіопрограм, млн грн	Інші напрями, млн грн
2021	6 500	1 800	4 700
2022	7 200	2 100	5 100
2023	7 032	1 935	5 097

Джерело: розроблено автором на основі [44]

Інвестиції у розвиток цифрової дипломатії мають стати пріоритетом на найближчі роки. Потрібно активно використовувати соціальні мережі для комунікації з міжнародною аудиторією, створюючи контент різними мовами, що підкреслює унікальність та досягнення України. Крім того, розвиток сучасних технологій для моніторингу інформаційного простору дозволить швидше реагувати на дезінформацію та маніпуляції в міжнародних медіа. Розглянемо, як

змінилось охоплення цифровими платформами населення України за останні роки в таблиці 2.5:

Таблиця 2.5

Охоплення цифровими платформами населення України, %

Рік	Загальне охоплення	Міська місцевість	Сільська місцевість
2019	71.5	84.2	54.6
2020	75.3	87.1	58.9
2023	83.2	92.7	66.0

Джерело: розроблено автором на основі [45]

Також необхідно приділити особливу увагу підвищенню кваліфікації фахівців у сфері стратегічних комунікацій, цифрових медіа та аналізу міжнародних комунікацій. Це дозволить краще реагувати на виклики сучасного інформаційного середовища і сприяти розвитку іміджу України як країни, що активно працює з міжнародними партнерами та громадськістю.

Одним із пріоритетних напрямків є посилення культурної дипломатії. Тому підтримка мистецьких ініціатив, організація міжнародних культурних подій та активна участь у світових культурних обмінах допоможуть формувати позитивне ставлення до України в різних куточках світу. Додатково, українська діаспора може виступати партнером у цьому процесі, сприяючи культурним та освітнім обмінам. [6]

Розвиток освітньої дипломатії також є перспективним. Українські університети та освітні заклади мають активніше залучати іноземних студентів, організовувати програми академічних обмінів і сприяти популяризації української освіти за кордоном. Це допоможе підвищити впізнаваність української науки та культури, а також створити мережу міжнародних амбасадорів, які сприятимуть розвитку позитивного іміджу України на світовій арені.

Необхідним є вдосконалення регіонального брендингу, адже кожен регіон України має свої унікальні культурні та природні особливості, які можуть бути використані для підвищення привабливості країни на міжнародному рівні. Зокрема, для залучення іноземних інвестицій та туристів важливо розвивати

регіональні бренди та підкреслювати ці унікальності через маркетингові кампанії. Це дозволить не лише зміцнити імідж України, а й стимулювати економічний розвиток регіонів. [12]

Одним із важливих елементів є створення системи кризових комунікацій, що дозволить оперативно реагувати на інформаційні виклики, наприклад, у разі поширення неправдивої інформації або пропаганди, яка може зашкодити репутації країни. Потрібно, щоб ці заходи базувались на ефективній координації між державними структурами та були адаптовані до швидко змінюваного інформаційного простору. [17]

Наступною рекомендацією є активізація міжнародної співпраці та підтримка великих інформаційних кампаній. Важливо зміцнювати міжнародні зв'язки з іншими державами та міжнародними організаціями для просування іміджу України. Це включає в себе участь у глобальних ініціативах, таких як «Цифрова Європа» та інші міжнародні платформи, що дозволяють країні виступати як надійний партнер у міжнародних відносинах. [46]

Оскільки медіа є потужним інструментом впливу на громадську думку, важливо інтегрувати українські медіа в міжнародний інформаційний простір. Для цього необхідно підтримувати співпрацю з міжнародними медіа-компаніями, створювати спільні проекти, а також навчати журналістів інструментам міжнародних медіа, щоб розширити аудиторію та забезпечити об'єктивне висвітлення подій, що відбуваються в Україні.

Важливим напрямком є розробка спеціалізованих інформаційних стратегій для роботи з міжнародними організаціями та інститутами. Україна повинна активно брати участь у дискусіях на глобальних платформах, таких як ООН, НАТО, ЄС та інших, формуючи імідж надійного та конструктивного партнера. Спеціальні кампанії можуть бути спрямовані на просування українських ініціатив у цих організаціях, що допоможе створити позитивний образ України на глобальній арені. [41]

Для зміцнення іміджу України важливо посилити співпрацю з міжнародними інтелектуальними та культурними спільнотами. Це може включати

спільні дослідження, конференції, публікації в міжнародних наукових та культурних виданнях, що сприятиме підвищенню авторитету українських вчених, культурних діячів та інтелектуалів. Окрім того, ці ініціативи допоможуть Україні створити унікальний культурний імідж, який стане конкурентною перевагою.

Для ефективного формування позитивного іміджу України важливо активно залучати культурних амбасадорів, таких як популярні митці, письменники, музиканти, актори та діячі культури, які можуть представляти Україну за кордоном. Це може включати не лише участь у міжнародних фестивалях та виставках, а й організацію культурних акцій, лекцій, концертів та зустрічей, які б надавали більше видимості культурній спадщині України на міжнародному рівні.

Розробка та запуск великих міжнародних рекламних кампаній для популяризації України, її досягнень у науці, технологіях та культурі також є важливим інструментом для формування позитивного іміджу. Ці кампанії повинні включати не лише традиційну рекламу, а й інноваційні підходи, такі як відео-контент на платформах соціальних медіа, партнерства з великими міжнародними брендами та інфлюенсерами, а також інші форми рекламних кампаній, що охоплюють широкі аудиторії.

Для підтримки міжнародного іміджу України важливо створити інтердисциплінарні дослідницькі та культурні центри за кордоном, які б проводили навчальні курси, семінари, конференції, присвячені Україні. Це сприятиме більш глибокому розумінню міжнародною аудиторією культурних, соціальних і політичних процесів в Україні, а також надасть нові можливості для культурної дипломатії та міжнародного співробітництва.

Українські волонтерські організації та соціальні ініціативи можуть бути важливим інструментом у формуванні іміджу країни на міжнародному рівні. Розвиток міжнародних волонтерських програм, спрямованих на допомогу розвитку освіти, культури, охорони здоров'я в інших країнах, також стане важливим елементом формування позитивного іміджу України як відповідальної та соціально орієнтованої держави.

Також, важливо створити міжнародні медіа-платформи для надання об'єктивної та актуальної інформації про Україну. Такі платформи можуть бути створені як спільні проекти між державними установами, неурядовими організаціями та бізнесом, щоб надавати точну інформацію, аналізувати події в країні і на міжнародній арені, а також формувати об'єктивне сприйняття України серед міжнародної аудиторії.

Всі подані рекомендації зібрано в таблиці 2.6.

Таблиця 2.6

Рекомендацій з удосконалення інформаційної політики України для покращення її іміджу

Рекомендація	Опис
Створення єдиного інформаційного координаційного центру	Створення єдиного координаційного органу для забезпечення узгодженості між державними органами в питаннях формування іміджу України.
Розширення цифрової дипломатії та підвищення інвестицій у цифрові технології	Збільшення інвестицій у цифрові технології, створення контенту для міжнародної аудиторії через соціальні мережі.
Розвиток програм медіаосвіти та підвищення кваліфікації фахівців у сфері стратегічних комунікацій	Інвестиції в навчання фахівців у сфері стратегічних комунікацій і цифрових медіа для покращення ефективності інформаційних кампаній.
Посилення культурної дипломатії та підтримка міжнародних культурних ініціатив	Активізація підтримки мистецьких ініціатив, організація міжнародних культурних подій, участь у міжнародних виставках і фестивалях.
Покращення регіонального брендингу для залучення інвестицій та розвитку туризму	Розвиток регіональних брендів, підкреслення унікальностей для залучення іноземних інвестицій та туристів.
Впровадження ефективної системи кризових комунікацій	Створення системи кризових комунікацій, що дозволяє оперативно реагувати на інформаційні загрози та дезінформацію.
Активізація міжнародної співпраці та підтримка великих інформаційних кампаній	Зміцнення міжнародних зв'язків та участь у глобальних ініціативах для просування іміджу України.
Інтеграція національних медіа у міжнародний контекст	Співпраця з міжнародними медіа-компаніями для створення спільних проектів та обміну контентом.
Розвиток інформаційних стратегій для міжнародних організацій	Розробка стратегій для роботи з міжнародними організаціями та інститутами для просування українських ініціатив.
Міжнародна співпраця з інтелектуальними і культурними спільнотами	Поглиблення співпраці з міжнародними інтелектуальними та культурними спільнотами для просування науки та культури України.

Закінчення табл. 2.6

Активне використання культурних амбасадорів	Залучення культурних амбасадорів для представлення України на міжнародних культурних платформах.
Запуск великих міжнародних рекламних кампаній	Розробка та запуск міжнародних рекламних кампаній для популяризації України в різних регіонах світу.
Створення інтердисциплінарних центрів для просування українських інтересів за кордоном	Створення центрів за кордоном, які б проводили навчальні курси та конференції, присвячені Україні.
Розвиток програм волонтерства та соціальних ініціатив за кордоном	Розвиток міжнародних волонтерських програм, спрямованих на допомогу розвитку освіти, культури та охорони здоров'я за кордоном.
Створення міжнародних медіа-платформ для покращення іміджу України	Створення міжнародних медіа-платформ для надання об'єктивної та актуальної інформації про Україну.

Джерело: авторська розробка

Реалізація запропонованих заходів підвищить ефективність інформаційної політики України та покращить її міжнародний імідж.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

1. У рамках виконання першого завдання дослідження було проведено аналіз сучасного стану інформаційної політики України, зокрема, нормативно-правової бази, яка регулює цей процес. Оцінка законодавчих актів, таких як закони «Про інформацію» та «Про доступ до публічної інформації», свідчить про важливість їх впливу на створення основ для розвитку інформаційної політики. Однак, існує потреба у подальшому вдосконаленні нормативно-правового забезпечення, зокрема в частині покращення координації між державними органами для ефективнішого виконання цієї політики. Зокрема, необхідно посилити інтеграцію різних відомств та організацій, що займаються формуванням іміджу держави, для забезпечення узгодженості дій і досягнення більш чітких результатів. Одним із важливих кроків у цьому напрямку є створення єдиного координаційного органу, який буде відповідати за комплексну стратегію в сфері інформаційних комунікацій.

2. У другому завданні дослідження було оцінено ефективність реалізації інформаційної політики України за допомогою різних інструментів, таких як цифрова дипломатія, публічна дипломатія та боротьба з дезінформацією. Виявлено, що, незважаючи на прогрес у деяких сферах, наприклад, створення платформи Ukraine.ua, існують проблеми в забезпеченні рівного доступу до інформації в сільських районах та недостатня кількість фахівців у сфері цифрових комунікацій. Проте, загальний рівень довіри до державних комунікацій зростає, що свідчить про позитивні результати в цій сфері. Одним із основних напрямів для покращення є інвестування в цифрову інфраструктуру та активне використання соціальних медіа для інформування міжнародної аудиторії, що дозволяє покращити ефективність інформаційних кампаній.

3. Оцінка досвіду зарубіжних країн, таких як США, Великобританія та Японія, показала, що ефективна інформаційна політика базується на комплексному використанні традиційних та інноваційних інструментів. Для України важливим є впровадження подібних практик, зокрема розширення

використання цифрових платформ для поширення інформації та підвищення культури медіаграмотності серед громадян. Спостереження за досвідом інших держав також підтверджує, що успішне використання культурної дипломатії та інструментів публічної дипломатії допомагає формувати позитивний міжнародний імідж. У зв'язку з цим Україні необхідно активніше впроваджувати подібні стратегії та більше уваги приділяти розвитку медіа-освіти.

4. Для досягнення мети дослідження було розроблено кілька важливих рекомендацій щодо покращення інформаційної політики України, що включають різноманітні стратегії та інструменти: створення єдиного координаційного органу, який буде відповідати за узгодження дій різних державних установ, що займаються формуванням іміджу держави; активізація цифрової дипломатії; розширення культурної дипломатії; розвиток регіонального брендингу; створення системи кризових комунікацій; активне використання культурних амбасадорів. Також Україні варто запуснути великі міжнародні рекламні кампанії, які б активно популяризували країну як наукового та культурного лідера, а також динамічного учасника міжнародних економічних відносин. Надзвичайно важливою є підтримка міжнародних медіа-платформ для надання об'єктивної та актуальної інформації про Україну. Також слід приділяти увагу розвитку інтердисциплінарних центрів для просування українських інтересів за кордоном. Необхідно також активніше розвивати програми волонтерства та соціальних ініціатив за кордоном, що дозволяють зміцнити міжнародний імідж України як соціально відповідальної держави.

Загалом, для досягнення більшої ефективності інформаційної політики України необхідно продовжувати розвиток цифрової інфраструктури, вдосконалювати механізми міжвідомчої співпраці, активно залучати міжнародних партнерів для покращення іміджу України на міжнародній арені, а також підвищувати кваліфікацію фахівців у сфері інформаційних технологій і стратегічних комунікацій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бакай А. Державна політика у сфері інформаційної безпеки. 2023. URL: <http://surl.li/fsbznk> (дата звернення: 22.01.2025).
2. Гайдаржи А. В. Державне управління процесами міжнародного співробітництва України в сфері інформаційних відносин. 2019. URL: <http://surl.li/pdetkd> (дата звернення: 22.01.2025).
3. Гаркуша А. М. Інформаційна політика держави: внутрішній і зовнішній аспект. 2020. URL: <http://surl.li/alpzlq> (дата звернення: 22.01.2025).
4. Желновач Є. Г. Зарубіжний досвід формування інформаційного суспільства. *Право і суспільство*, 2023, № 5, с. 263–273. URL: <https://surl.li/zcpqpi> (дата звернення: 24.01.2025).
5. Зацерківна М. О. PR-технології у формуванні іміджу закладів вищої освіти сфери культури. 2019. URL: <https://surl.li/wrhumw> (дата звернення: 24.01.2025).
6. Івашова Л. М. Види і роль публічної дипломатії в реалізації зовнішньої політики держави та її особливості у сфері медичної реабілітації. 2024. URL: <https://surl.li/fzsuos> (дата звернення: 24.01.2025).
7. Карабаза І. А., Сидоренко В. Г. Формування туристичного іміджу України: організація просування національного туристичного продукту на світовий ринок. *Вісник Донецького університету економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського*, 2018, № 2 (69), с. 77–86. URL: <https://surl.li/cholnp> (дата звернення: 24.01.2025).
8. Кириченко Г. В. Інформаційно-комунікаційні механізми як інновації в системі формування позитивного іміджу органів державної влади. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. Серія: Державне управління, 2019, № 6, с. 46–54. URL: <http://surl.li/obqkmp> (дата звернення: 22.01.2025).
9. Коврига О. С. Взаємодія органів державної влади з громадськістю в системі державного управління України. *Вчені записки*, 2020, с. 22020109. URL: <https://surl.li/iefxad> (дата звернення: 24.01.2025).

10. Косяк В. О. Іміджмейкінг в органах місцевого самоврядування України: сучасний стан та перспективи. 2022. URL: <https://surl.li/fmgzlg> (дата звернення: 24.01.2025).
11. Кремень Д. Механізм формування іміджу органу публічної влади. 2023. URL: <https://surl.li/tsjovm> (дата звернення: 24.01.2025).
12. Кузнецова Т. Формування інформаційної культури державного службовця як інструмент підвищення ефективності роботи органів державної влади (на прикладі Департаменту з питань соціальної політики, ветеранів та реінтеграції): магістерська робота. *Сумський державний університет*, 2023. URL: <https://surl.li/jhoubc> (дата звернення: 24.01.2025).
13. Кулаєва Д. О. Формування позитивного іміджу місцевих органів влади (на прикладі Лебединської міської ради). 2023. URL: <https://surl.li/nyxglq> (дата звернення: 24.01.2025).
14. Лисенко Ю. В. Публічна дипломатія як елемент формування позитивного іміджу сучасної держави. Стратегічні напрями зовнішньої політики Європейського Союзу, 2019, с. 113. URL: <https://surl.li/fhjcz> (дата звернення: 24.01.2025).
15. Новини Верховної Ради України. URL: <http://surl.li/cyozop> (дата звернення: 22.01.2025).
16. Павлюк М. О. Формування іміджу закладу вищої освіти засобами інформаційної кампанії. 2023. URL: <https://surl.li/hagnoo> (дата звернення: 24.01.2025).
17. Стаднік В. М. Вдосконалення методів формування іміджу підприємства. АВ InBev Efes Ukraine. 2023. URL: <https://surl.li/imodvw> (дата звернення: 24.01.2025).
18. Стукан Т. М., Кирилов Ю. Є. Державна політика формування та просування бренду країни: світовий і вітчизняний досвід. 2019. URL: <https://surl.li/doupuh> (дата звернення: 24.01.2025).
19. Тиравська Ю. В., Борисюк І. Ю., Камінський В. В. Інформаційний супровід, медіаформати та PR-технології в освітній політиці медичних закладів

вищої освіти України. *Педагогічна Академія: наукові записки*, 2024, № 8. URL: <https://surl.li/ybpmqo> (дата звернення: 24.01.2025).

20. Ткаченко О. Публічна дипломатія як інструмент формування іміджу держави в контексті державного управління. 2019. URL: <https://surl.li/szpjcm> (дата звернення: 24.01.2025).

21. Федотова О. О. Впровадження зарубіжного досвіду у процесі формування та реалізації державної інформаційної політики України. Сучасні аспекти модернізації науки: стан, проблеми, тенденції розвитку, 2023, с. 464–465. URL: <http://surl.li/pnbzqa> (дата звернення: 22.01.2025).

22. Філіпчук Н. М. Маркетинг міста: нормативно-правові аспекти формування. URL: <http://surl.li/edkyfd> (дата звернення: 22.01.2025).

23. Global Soft Power Index 2023. URL: <http://surl.li/pxiwki> (дата звернення: 22.01.2025).

24. Soft Power 30. URL: <https://softpower30.com/> (дата звернення: 22.01.2025).

25. Ukraine Global Soft Power Index. URL: <http://surl.li/mhexyo> (дата звернення: 22.01.2025).

26. Програма розвитку ООН. *UNDP*. URL: <https://www.undp.org> (дата звернення: 05.02.2025)

27. Skilky-skilky.info. *Skilky-skilky.info*. URL: <https://www.skilky-skilky.info> (дата звернення: 05.02.2025).

28. Chytomo. *Chytomo.com*. URL: <https://www.chytomo.com> (дата звернення: 05.02.2025).

29. Rubryka. *Rubryka.com*. <https://www.rubryka.com> (дата звернення: 05.02.2025).

30. Detector Media. URL: <https://detector.media/infospace/article/225738/2024-04-22-indeks-mediagramotnosti-ukraintsiv-20202023-chetverta-khvylya/> (дата звернення: 05.02.2025).

31. Ukrinform. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-diaspora/3956571-u-niderlandah-vistupiv-ukrainskij-kulturnij-desant.html?utm_source=chatgpt.com

(дата звернення: 05.02.2025).

32. Internews Ukraine. URL: <https://internews.in.ua/uk/media-program-in-ukraine> (дата звернення: 05.02.2025).

33. Інститут масової інформації. *imi.org.ua*. URL: <https://imi.org.ua/news/imi-zapuskaye-mikrogranty-na-pidtrymku-regionalnyh-mediainitsiatyv-i52669>? (дата звернення: 05.02.2025).

34. Наш Київ. URL: <https://nashkiiev.ua/culture/tse-5-dokumentalnih-filmiv-pro-viinu-v-ukraini> (дата звернення: 05.02.2025).

35. UNIAN. URL: <https://www.unian.ua/lite/kino/naykrashchi-ukrajinski-filmi-2024-roku-hudozhni-ta-dokumentalni-12859404.html> (дата звернення: 05.02.2025).

36. Про схвалення Програми "Інвестиційний імідж України": Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17 серпня 2002 р. N 477-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/477-2002-%D1%80#Text> (дата звернення: 05.02.2025).

37. Ukraine Facility. URL: <https://ukrainefacility.me.gov.ua> (дата звернення: 05.02.2025).

38. Програма залучення інвестицій та поліпшення інвестиційного клімату в Київській області на 2019-2021 роки: Рішення Київської обласної ради від 30.05.2019 № 561-28-VII URL: <https://kor.gov.ua/wp-content/uploads/2024/05/Dodatok-Investytsikh.pdf> (дата звернення: 05.02.2025).

39. Мінфін. URL: <https://minfin.com.ua/ua/2024/01/28/120490102/> (дата звернення: 05.02.2025).

40. Електронні комунікації в Україні в цифрах: звіт НКЕК 2023 URL: <https://nkek.gov.ua/news/elektronni-komunikatsiii-v-ukraini-v-tsyfrakh-zvit-nkek-2023> (дата звернення: 05.02.2025).

41. Міністерство закордонних справ України. URL: <https://mfa.gov.ua/yevropejska-integraciya> (дата звернення: 05.02.2025).

42. Ukraine.ua. URL: <https://ukraine.ua> (дата звернення: 05.02.2025).

43. U-LEAD with Europe. URL: <https://u-lead.org.ua/news/112> (дата звернення: 05.02.2025).
44. Офіційний вебсайт Міністерства фінансів України. URL: <https://mof.gov.ua> (дата звернення: 05.02.2025).
45. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 05.02.2025).
46. Міністерство цифрової трансформації України: Програма «Цифрова Європа» URL: <https://thedigital.gov.ua/news/ukraina-doluchilasya-do-programi-tsifrova-evropa-shcho-tse-oznachaе> (дата звернення: 05.02.2025).