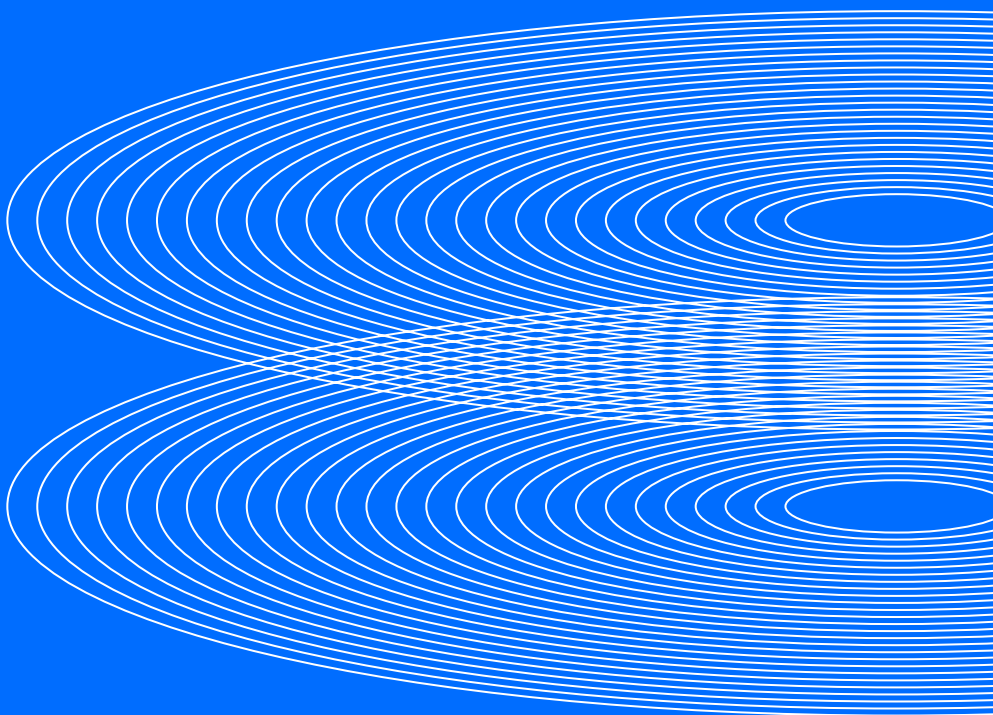


**Звіт про
сприйняття
України
у світі
2022**



BRAND | UKRAINE

«Звіт про сприйняття України у світі» — це перший комплексний аналіз сприйняття України за кордоном, що базується на унікальних даних від провідних міжнародних та українських аналітично-дослідницьких компаній та містить низку практичних рекомендацій для розвитку національного бренду України та її міжнародних комунікацій. Звіт підготовлений громадською організацією BRAND UKRAINE за експертної підтримки та в консультаціях з МЗС України.

BRAND UKRAINE — громадська організація, яка об'єднала однодумців та експертів у сфері стратегічних комунікацій та міжнародних проєктів. Наша команда допомагає розвивати сильний і сталий бренд України у світі, формувати її позитивний імідж та суб'єктність, шляхом розробки lovemark проєктів та кампаній, цифрових рішень та аналітичних продуктів.



Цей матеріал профінансовано Європейським Союзом. Його зміст є виключною відповідальністю організації BRAND UKRAINE і не обов'язково відображає погляди Європейського Союзу.

Зміст

Короткий зміст	7
Висновки та рекомендації	10
Україна в міжнародних новинних та соціальних медіа	13
Сприйняття України світовою громадськістю	21
Україна в міжнародних рейтингах та індексах	29
Бібліографія	33
Додаток 1. Перелік брендатрибутів України	37

Вступне слово від BRAND UKRAINE

У 2022 році Україна безперечно зміцнила свій національний бренд у світі. Хоробрий опір України неспровокованій агресії Росії значно покращив сприйняття України в усьому світі. Не лише рівень обізнаності зріс до безпрецедентного рівня, але й суттєво покращилось сприйняття світовою аудиторією України як впливового міжнародного гравця. За короткий проміжок часу Україна пережила безпрецедентну позитивну зміну іміджу світового масштабу. Усе це стало можливим завдяки Збройним Силам України, політичному керівництву країни та всьому українському народу, об'єднаному у боротьбі за свободу та демократію.

Ми віримо, що сильний національний бренд важливий для прогресу та розвитку країни в мирний час — він стимулює туризм, торгівлю, іноземні інвестиції та залучає таланти з усього світу. Перед обличчям екзистенційної загрози сильний національний бренд стає життєво важливим, оскільки він допомагає консолідувати світову підтримку та солідарність з народом України. Однак, успішний розвиток національного бренду неможливий без підходу, керованого даними.

Цей звіт є першою у своєму роді спробою підсумувати сприйняття України в світі протягом одного року. Він містить ключові висновки про те, як міжнародні медіа та люди в соціальних мережах говорили про Україну, ставлення широкої громадськості до країни та показники України в рейтингах та індексах національних брендів країн у 2022 році.

Україна більше не чиста сторінка для світу. Надзвичайна хоробрість українців, а також потужні стратегічні комунікаційні зусилля країни змінили сприйняття України в усьому світі. Ми не сумніваємося, що за підтримки партнерів Україна виграє війну. Ми знаємо, що імідж України зміцнюватиметься протягом наступних років, і світ дізнається про все неймовірне, що Україна може запропонувати — агро чи військові технології, Дія або наші креативні рішення та унікальний досвід в інших сферах.

Ми віримо, що цей звіт сприятиме створенню брендстратегії України та закладе основи для ухвалення майбутніх політичних рішень, що базуються на даних. Віримо, що це стане важливим кроком у консолідації зусиль уряду, громадянського суспільства та експертів у зміцненні іміджу України за кордоном. Адже збереження позитивного сприйняття України, що дається нам найдорожчою ціною, яку заплатила українська нація, є запорукою ефективного повоєнного відновлення та стрімкого еконо-

мічного розвитку нашої країни в майбутньому. Все це є основою майбутньої відбудови України, яка після нашої перемоги переживатиме бум туризму, інвестицій та партнерств.

Ми сподіваємося, що щорічний звіт сприйняття України у світі буде корисним для всіх зацікавлених сторін, які працюють з міжнародними комунікаціями та посилюють голос України у світі.

*З повагою,
Марія Липяцька, голова Brand Ukraine*

Подяки

Висловлюємо глибоку вдячність Збройним Силам України за нашу свободу, їхній героїзм у щоденних подвигах для захисту України від російської тиранії, а народу України — за єдність і стійкість у найважчі часи.

Хочемо подякувати Президенту України, Верховній Раді України, Кабінету Міністрів України, Міністерству закордонних справ України та особисто міністру за невтомну щоденну працю та неоціненний внесок у розбудову сильного національного бренду України.

Ми високо цінуємо інформаційну підтримку, надану нашими друзями та партнерами: Агентством США з міжнародного розвитку (USAID), Європейським Парламентом, Міністерством закордонних справ і у справах Співдружності та розвитку Великої Британії (FCDO), компаніями Bloom Consulting, Brand Finance, Ipsos, Let's Data, LOOQME, Zinc Network.

Ми вдячні Європейському Союзу за фінансову підтримку.

Список абревіатур

ЄС	Європейський Союз
НАТО	Організація Північноатлантичного договору
ООН	Організація Об'єднаних Націй
в.п.	відсотковий пункт
ЗМІ	засоби масової інформації
БПЛА	безпілотний літальний апарат

Короткий зміст

Мета даного звіту — проаналізувати, як у світі сприймали Україну в 2022 році, а також закласти основи для подальшої системної роботи з брендом України, що базується на даних. Цей звіт може бути цікавий урядовцям, які приймають рішення зі стратегічних комунікацій та розбудови бренду нашої держави, експертам із громадського сектору, академічній спільноті, а також фахівцям з комунікаційної та креативної сфер.

2022 рік став переломним для іміджу та сприйняття України у світі. Її впізнаваність та репутація значно покращилися в усьому світі.

Без сумніву, цей рік був найскладнішим для України в її новітній історії. Повномасштабне вторгнення Росії, що розпочалося 24 лютого, поставило на паузу мирне життя в Україні. Численні міста було зруйновано, тисячі мирних жителів вбито, а мільйони громадян були змушені покинути свої домівки. Проте єдність, хоробрість і стійкість українців зруйнували плани Росії захопити Київ та нашу країну за лічені дні. Рішучість України у боротьбі за демократію та спільні цінності вразила та надихнула світ, що призвело до значного покращення глобальної впізнаваності та позитивного сприйняття країни. Показник впізнаваності України у світі зріс на 44% [1], а половина населення світу погодилася, що війна позитивно вплинула на їхнє загальне ставлення до країни [2].

Цей звіт пропонує оцінку міжнародного сприйняття України у таких ви-
мірах:

- імідж України в міжнародних новинних онлайн-ЗМІ та соціальних мережах;
- огляд ставлення іноземних аудиторій до України на основі соціологічних опитувань;
- показники України в міжнародних рейтингах та індексах сприйняття та оцінки національних брендів країн.

Нижче викладені основні висновки з цього аналізу.

Україна перебувала у центрі уваги міжнародних ЗМІ впродовж усього 2022 року. Кількість публікацій у міжнародних ЗМІ та рівень резонансу в соціальних мережах були безпрецедентно високими. Вибухи, які потрапили в прями включення іноземних журналістів з Києва, історичний рекорд пошукової активності за запитом «Україна» в Google,

провокаційні та широко обговорювані твіти Ілона Маска про війну Росії проти України — все це лише деякі з найяскравіших подій 2022 року в медійному просторі для України. Хоча країна загалом висвітлювалася з перспективи війни, рівень уваги новинних ЗМІ до окремих тем, пов'язаних із війною, дещо відрізнявся від того, що обговорювали люди онлайн. Так, наприклад, питання енергетичної кризи, яке було однією з найбільших тем у новинних ЗМІ (14% від усіх онлайн публікацій), отримало лише 3% від загальної кількості обговорень у соціальних мережах навколо України. Ключові дані моніторингу згадок України у міжнародних новинних онлайн ЗМІ та соціальних мережах у 2022 році можна знайти у першому розділі цього звіту.

Історичні події 2022 року в Україні та їхнє політичне значення викликали суттєвий дослідницький інтерес до ставлення людей по всьому світу до війни. Результати аналізу міжнародних соціологічних опитувань чітко ілюструють, що світова аудиторія уважно стежила за новинами про Україну [6, 7, 8]. Для населення багатьох країн «війна» стало словом, яке найстійкіше асоціювалось із Україною [33]. **71% людей у світі підтримували Україну у війні [2]. Війна сприяла формуванню позитивного ставлення до України,** зокрема з огляду на такі її характеристики, як єдність населення, історія, люди та культура [2]. Різні опитування відмітили потужну підтримку тимчасово переміщених українців у світі та готовність прийняти їх у своїх країнах.

Глобальне позитивне сприйняття політичних лідерів країни має суттєвий вплив на формування національного бренду. Згідно з дослідженнями, **іноземна аудиторія у 2022 році дуже прихильно ставилася до Президента України Володимира Зеленського, віддаючи належне його зусиллям на шляху до перемоги.** Відсоток тих, хто хотів би бачити Україну майбутнім членом ЄС і НАТО також побив усі історичні рекорди у 2022 році. Так, у середньому 66% європейців позитивно ставились до прийняття України до ЄС [3].

Хоча світова аудиторія загалом продемонструвала високий рівень підтримки України, існували деякі важливі відмінності у ставленні до країни у регіональному розрізі. Так, наприклад, **частка прихильників Росії та тих, хто займав нейтральну позицію, була вищою в тих країнах Глобального Півдня,** де проводились заміри громадської думки про війну в Україні [2]. Враховуючи важливість країн Глобального Півдня у формуванні міжнародного іміджу України, ми присвятили окремий параграф результатам соціологічного дослідження, проведеного на замовлення Міністерства закордонних справ України у семи країнах регіо-

ну. Більше інформації про сприйняття України населенням світу можна знайти у другому розділі цього звіту.

Загальновизнане міжнародне порівняння результатів діяльності країн у вигляді індексів та рейтингів є цінним інструментом оцінки національного бренду. Економічні збитки, яких зазнала Україна від російського вторгнення на її територію, призвели до падіння показників у багатьох матеріальних сферах. Так, наприклад, **вартість бренду країни**, що враховує показник ВВП, **знизилася на 21%** [4]. Хоча нематеріальні зміни здебільшого будуть зафіксовані у виданнях індексів та рейтингів наступних років, деякі суттєві зміни вже помітні у 2022 році. Так, наприклад, **впливовість України** (як сприйняття громадськістю рівня її впливу на інші країни) **зросла із 36% у 2021 році до 44% у 2022** [5]. Оскільки деякі фактори формування національного бренду, важливі у мирні часи, втрачають актуальність під час війни, для цілей цього звіту не ввійшла оцінка результатів України у 2022 році у веденні бізнесу, екологічної сталості тощо. Адже військові дії, що тривають на території країни, продовжують завдавати значної шкоди у цих сферах, відтак аналіз цих сфер швидко втрачає актуальність. Аналіз показників України в найавторитетніших міжнародних рейтингах та індексах, що оцінюють сприйняття національних брендів, можна знайти у третьому розділі цього звіту.

Висновки та рекомендації

«Характер людини — як дерево, а репутація — як його тінь. Ми зазвичай переймаємось тінню, але насправді треба думати про дерево». Ці слова, сказані колись Авраамом Лінкольном, влучно описують те, що Україна продемонструвала всьому світу з 24 лютого 2022 року. Дух свободи, хоробрості, стійкості і згуртованості українського суспільства є тим самим деревом, а тінь — це те, що стало предметом цього аналізу.

Цей звіт є першою у своєму роді спробою підсумувати відомі дані про сприйняття України у світі впродовж одного конкретного року. Він закладає фундамент для керованого даними підходу до стратегічного розвитку бренду країни.

Великі потрясіння приносять великі можливості, а ті, у свою чергу, несуть нові виклики. Нижче ми наводимо перелік найбільших можливостей разом з тими викликами, які в поточному році постануть перед нашою країною, а відтак і перед тими, хто працює над іміджем та репутацією України за кордоном.

1. Повномасштабне вторгнення Росії в Україну та його політичне й економічне значення для світу викликало інтерес до країни та підвищило обізнаність про неї до найвищого рівня в сучасній історії, після якого відбувається природне поступове падіння.

Щоб утримати увагу та підтримку світової спільноти, Україна має більш послідовно та цілеспрямовано підходити до розвитку свого національного бренду та розробити брендстратегію. Ключовими завданнями для всіх зацікавлених сторін цієї стратегії є конверсія підвищеної обізнаності про Україну в поглиблені знання про її культуру, історію та економічний потенціал. Саме поглиблені знання, а відтак тісніший емоційний зв'язок з Україною та українцями можуть сприяти більш ефективній співпраці з міжнародною спільнотою у післявоєнному відновленні та майбутніх інвестиціях із залученням усіх відповідних державних інституцій та організацій громадянського суспільства України.

Дані, зібрані для цього звіту, можуть слугувати основою для подальших рішень у сфері зовнішньої політики та стратегічних комунікацій.

2.

Висока увага ЗМІ до України відкриває нові можливості для розвитку її іміджу, але для цього важливо, щоби стратегічне довгострокове партнерство з ключовими медіа в різних регіонах світу переважало над простим висвітленням поточних подій. Такий підхід дозволить суттєво посилити суб'єктність комунікацій України у світі. У першому розділі цього звіту наведено результати аналізу контексту згадок України у медіа у 2022 році.

Більшість публікацій про Україну в міжнародних новинах та соціальних мережах у 2022 році були присвячені військовим подіям і ситуації на полі бою та, дещо меншою мірою, темам міжнародної підтримки, тимчасово переміщених українців та енергетичної кризи. Україна має використати увагу ЗМІ по всьому світу задля збільшення питомої ваги власних наративів у глобальному медіаполі, зокрема за рахунок просування таких комплексних політичних рішень, як формула миру Президента Зеленського або «Grain from Ukraine». Скоординована та послідовна комунікація цих рішень може суттєво вплинути на розподіл ключових тем навколо України в іноземних ЗМІ, а відтак і на громадську думку у різних країнах.

3.

Обов'язковою частиною бренд-стратегії України має стати система ключових показників ефективності для оцінки її виконання. Такі показники мають бути включені у майбутні видання Звіту про сприйняття України у світі. Разом зі щорічним дослідженням ставлення до України серед населення пріоритетних країн та регулярною оцінкою бренд атрибутів України такі показники зможуть сформувати комплексний інструмент з оцінки динаміки розвитку національного бренду.

4.

Процес розбудови національного бренду України має ґрунтуватися на глибокому розумінні регіональних культурних та політичних відмінностей. Хоча різниця між сприйняттям України у країнах Глобальної Півночі та Глобального Півдня не була основною темою цього звіту, деякі висновки чітко демонструють, що не може бути уніфікованого підходу до розвитку бренду України в глобальному масштабі, і що слід спрямовувати більше зусиль у стратегічні комунікації України в країнах Глобального Півдня. Покращення сприйняття України неможливе без поглибленого вивчення місцевих особливостей медіасфери, громадської думки та політичної культури. Важливо також сприяти розширенню особистих контактів між населенням України та інших країн, оскільки високий рівень обізнаності про країну має безпосередній вплив на формування позитивного ставлення, а також готовність до підтримки та партнерства.

5.

У 2022 році тема повоєнного відновлення України не здобула великої уваги іноземних медіа. Хоча війна все ще перебуває в активній фазі, в інтересах України задати тон у обговоренні планів щодо відбудови та забезпечити, щоб таке обговорення ґрунтувалось на баченні свого майбутнього саме Україною, а не лише партнерами або третіми країнами. Суб'єктність України у комунікаціях теми повоєнного розвитку є одним зі стратегічних пріоритетів у 2023 році.

6.

Попри досить стійку асоціацію України з боротьбою за свободу та ліберальні цінності, присутність брендатрибутів країни в іноземних медіа у 2022 році була досить низькою (близько 8% від усіх публікацій про Україну в найбільших онлайнмедіа). Просування важливих для розбудови брендатрибутів стає ще складнішим завданням з огляду на потенційне зниження уваги з боку ЗМІ до України у майбутніх роках. Цей виклик має бути врахований у брендстратегії України для забезпечення проактивної комунікації брендатрибутів, скоординованих між різними акторами — від політичного керівництва країни до громадянського суспільства.

Україна в міжнародних новинних та соціальних медіа

ЗМІ та соціальні мережі є одним із факторів, що формують імідж будь-якої країни. Вони відіграють важливу роль у формуванні загальної обізнаності про країну, а також у популяризації конкретних бренд-атрибутів. У 2022 році Україна була топ-темою для провідних світових медіа впродовж тривалого періоду. Навіть коли початковий інтерес очікувано почав знижуватись, висвітлення теми війни залишалось на безпрецедентно високому рівні. Резонанс у соціальних мережах був настільки гучним, що найвідоміші публічні особи вважали за потрібне висловити власну думку на цю тему.

Неймовірна кількість інформації в ЗМІ та соціальних мережах, з одного боку, відкриває широкі можливості для контентаналізу. З іншого боку, це створює певні виклики, пов'язані з обробкою великих масивів даних. З метою аналізу ЗМІ та соціальних мереж громадська організація BRAND UKRAINE співпрацювала з LOOQME, українською медіамоніторинговою агенцією. База даних для аналізу включала масив даних, зібраних LOOQME, а також додаткові масиви даних від світових провайдерів для забезпечення найповнішого охоплення. Загалом обсяг бази склав понад 500 мільйонів згадок про Україну в новинних та соціальних медіа у 192 країнах Північної та Південної Америки, Європи, Африки, Азії та Австралії (за винятком України, Росії та Білорусі). Кількість згадок, їхня мовна та тематична різноманітність накладає певні обмеження на точність обробки та інтерпретації даних. Для визначення ключових тем місяця були проаналізовані новинні статті та пости у соціальних мережах із найвищими показниками охоплення, опубліковані у періоди найбільшої кількості згадок. Для визначення найпопулярніших/трендовіших слів, термінів і персоналій, а також для перекладу текстів на англійську мову були застосовані машинні методи. Тим не менше, звіт дає важливий загальний огляд існуючих тенденцій. Подальше глибше дослідження регіональних, культурних та/або політичних особливостей висвітлення теми України в новинних та соціальних медіа не входить у цей звіт. У 2023 році планується присвятити більшу увагу дослідженню пріоритетних країн і регіонів.

Україна в новинних медіа

Контентаналіз згадок про Україну в новинних ЗМІ було проведено на основі майже 51 мільйона публікацій у міжнародних ЗМІ 184 країн.

У 2022 році пік публікацій про Україну в новинних ЗМІ припав на кінець лютого — початок березня.

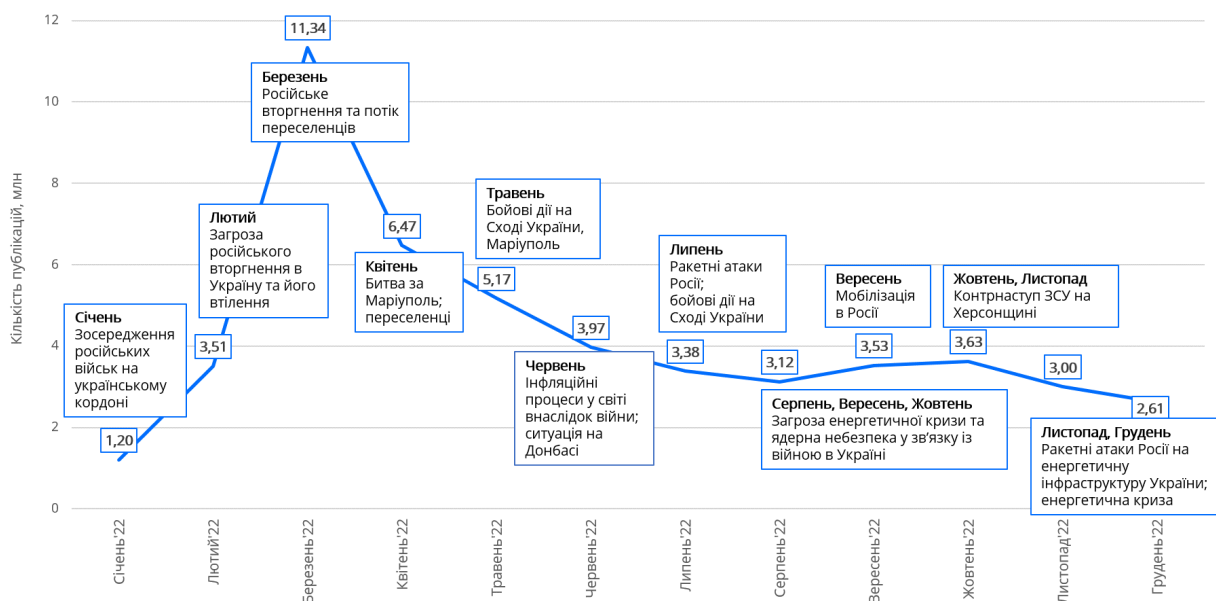


Рисунок 1: Динаміка публікацій та ключові теми про Україну в міжнародних новинних медіа у 2022 році.

Джерело: моніторингове дослідження, проведене LOOQME для BRAND UKRAINE, січень-грудень 2022

Хоча у 2022 році Україна здебільшого висвітлювалася крізь призму війни, були окремі теми, які привертати найбільшу увагу ЗМІ. Найбільша частка публікацій стосувалася бойових дій, воєнних злочинів Росії та загроз світовій безпеці через російську агресію (41% усіх публікацій). 16% проаналізованого масиву склали публікації про міжнародну підтримку та допомогу Україні. Третьою за популярністю темою (14%) стала енергетична криза, яка здобула ширше висвітлення після того, як Росія здійснила низку ракетних атак та ударів БПЛА-ми на енергетичну інфраструктуру України. 8% усіх публікацій стосувалися питання тимчасово переміщених українців та їхнього життя за кордоном.

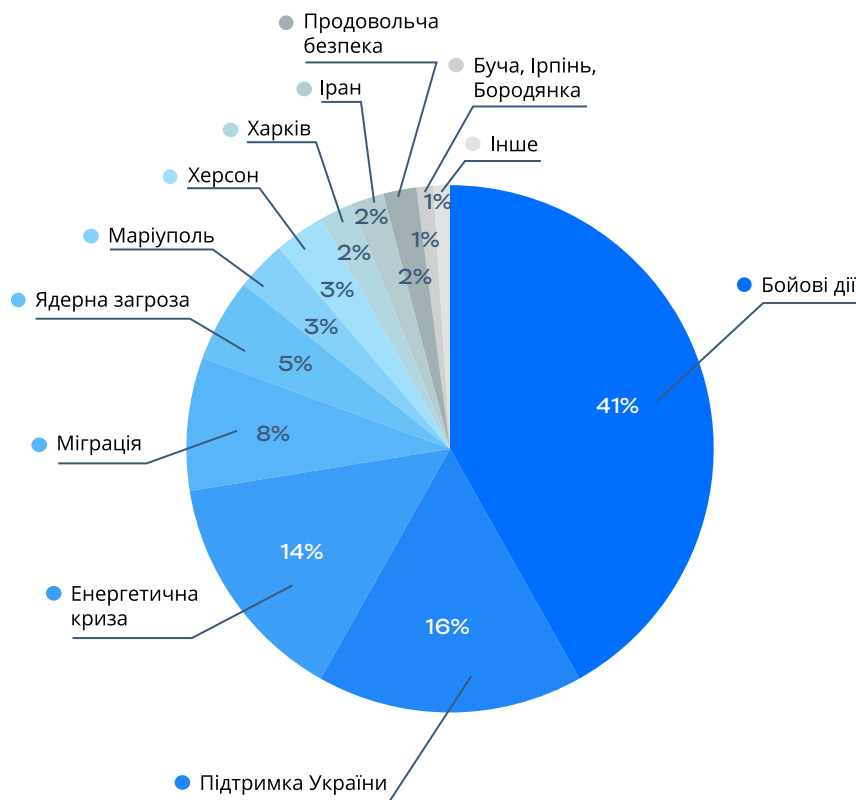


Рисунок 2: Популярність різних тем за часткою всіх публікацій про Україну в міжнародних новинних ЗМІ у 2022 році.

Джерело: моніторингове дослідження ЗМІ, проведене LOOQME для BRAND UKRAINE, січень-грудень 2022

Україна в соціальних мережах

Моніторинг соціальних мереж має низку методологічних і технічних обмежень у зборі даних. Через технічні обмеження найпопулярніших соціальних мереж аналіз, проведений для цього звіту, на 87% ґрунтується на публікаціях у Твіттері. Інші соціальні медіаплатформи, проаналізовані в рамках даного дослідження, включають Reddit, Facebook, YouTube, Instagram, Tumblr, блоги та форуми.

Аналіз соціальних мереж проведений на основі 453 мільйонів згадок, включно з постами, репостами та коментарями зі 192 країн. Після першого піку кількості згадок у березні другий, менший сплеск обговорень у соціальних мережах, стався у жовтні — як відповідь на новини про масований обстріл української енергетичної інфраструктури.

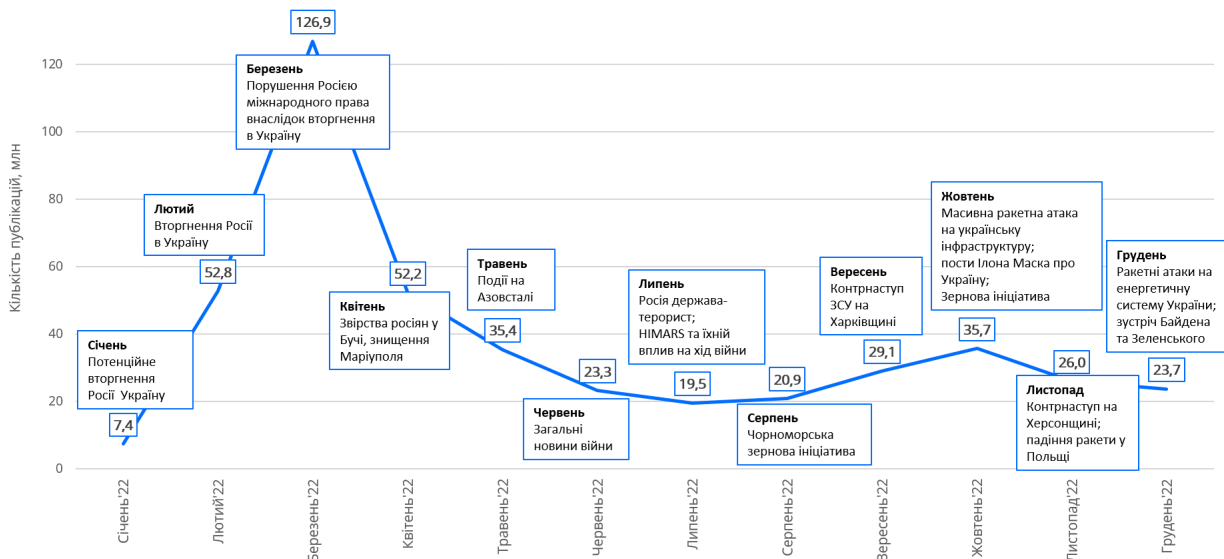


Рисунок 3: Динаміка публікацій та ключових тем про Україну в соціальних мережах у 2022 році.

Джерело: моніторингове дослідження ЗМІ, проведене LOOQME для BRAND UKRAINE, січень-грудень 2022

Порівняно з різноманітним тем, висвітлених у новинних ЗМІ, обговорення у соціальних мережах були більше зосереджені на ході бойових дій: на цю тему припадало 63% усіх згадок. Міжнародна допомога та підтримка України була другою за обсягом темою з 10% згадок. Енергетична криза, яка була третьою за популярністю темою в новинних ЗМІ, набагато менше обговорювалася в соціальних мережах (лише 3% усіх згадок).

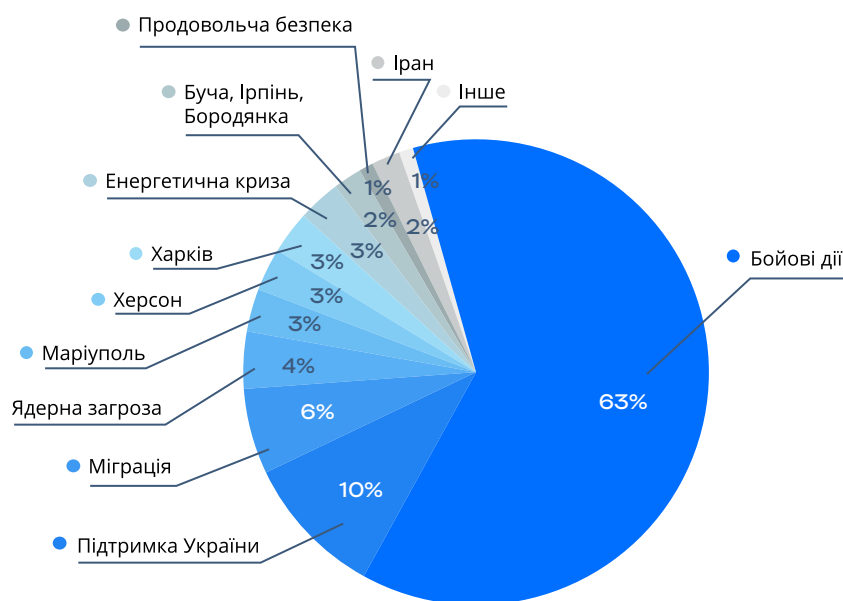


Рисунок 4: Популярність різних тем за часткою від усіх публікацій про Україну в соціальних мережах у 2022 році.

Джерело: моніторингове дослідження ЗМІ, проведене LOOQME для BRAND UKRAINE, січень-грудень 2022 року

Важливо також проаналізувати, як тема «Україна» була представлена у соціальних мережах, призначених для публічних дискусій, таких як Reddit та форуми. Серед усіх тем навколо України, що звучали в соціальних мережах у 2022 році, вирізнялись теми ядерної загрози та енергетичної кризи, оскільки частка публікацій на Reddit і форумах щодо них була значно вищою, ніж в інших темах.

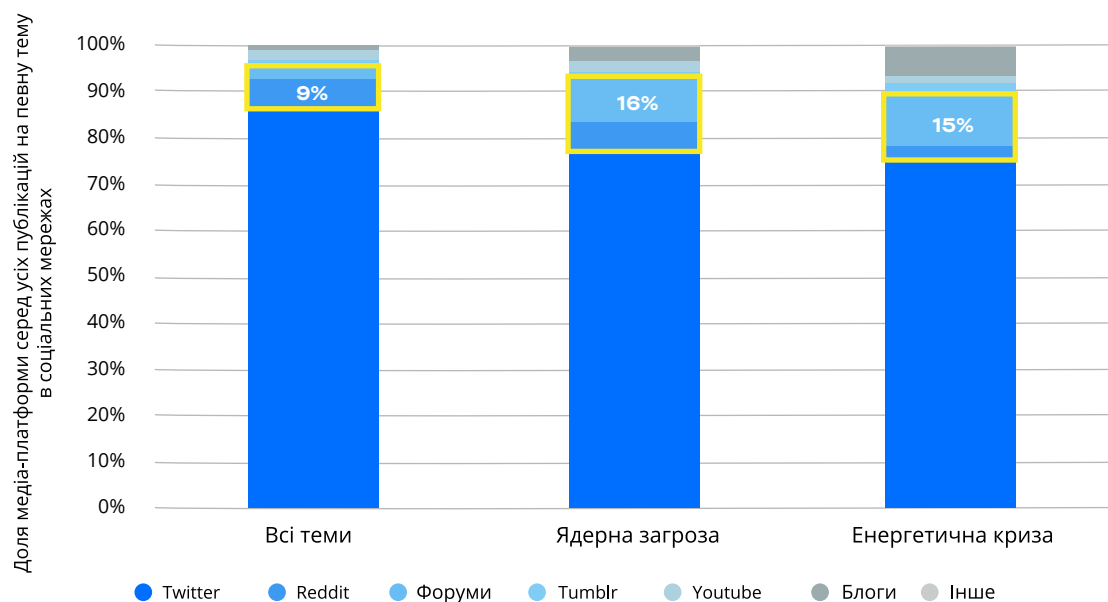


Рисунок 5: Частка різних соціальних медіаплатформ у певних темах про Україну в 2022 році.

Джерело: моніторингове дослідження ЗМІ, проведене LOOQME для BRAND UKRAINE, січень-грудень 2022

Україна в Google

У 2022 році пошукова активність за запитом «Україна» досягла історичного рекорду в Google в усьому світі. Пошуковий інтерес до України у світі був у 20 разів вищим, ніж у 2012 році, коли Україна приймала Чемпіонат Європи з футболу, і в 7 разів вищим, ніж у 2014 році, коли Росія вторглася в Україну та окупувала Кримський півострів і частини Донецької та Луганської областей.



Рисунок 6: Динаміка показника Google trend для запити «Україна» у світі, 2004-2022 рр.

Джерело: Google trend

Подібно до динаміки кількості публікацій у ЗМІ та соціальних мережах, пік пошукової активності припав на кінець лютого — початок березня. Після колосального сплеску пошуковий інтерес стабілізувався на помірному рівні, зростаючи в критичні моменти війни.



Рисунок 7: Динаміка показника Google trend за запитом «Україна» в усьому світі, травень-грудень 2022 року.

Джерело: Google trend.

Серед найпопулярніших тем у Google щодо України був запит «Чому Росія напала на Україну». Формулювання питань про переможця в російсько-українській війні відзначалося більшою симпатією до України, ніж до Росії: «чи виграла Україна війну», «чи програє Росія війну», «Росія відступає з України» та «Росія програє війну» були найбільш трендовими запитом. Серед запитів про Україну Володимир Зеленський був найпопулярнішою публічною особою, про яку шукали інформацію в Google.

Брендатрибути України у ЗМІ

Медіа відіграють важливу роль у популяризації атрибутів бренду, і країни, які також є брендами, не є винятком. Тому поряд із моніторингом ЗМІ, який дає загальне розуміння переліку найпопулярніших тем, важливо також аналізувати контекст згадок і зокрема змістовні кореляції із наперед визначеними брендатрибути та ключовими поняттями.

Аналіз текстів, проведений медіамоніторинговим агентством LOOQME для BRAND UKRAINE на основі майже 6 мільйонів згадок про Україну в найпопулярніших світових медіа, виявив та дозволив порівняти кореляції між Україною та ключовими темами, що можуть суттєво впливати на сприйняття країни. Хоча значна кількість згадок у медіа була присвячена

зв'язі Збройних сил України та стійкості українського народу, серед обраного переліку слів і словосполучень найвищу кореляцію зі словом «Україна» отримало поняття «ядерної загрози».

Терміни «свобода» та «голод» також мали стійку асоціацію зі словом «Україна» впродовж року.

дата [Місяць]	свобода	героїзм	голод	ядерний	перемі- щена особа	відбу- дова	Середнє значення		
							свобода	героїзм	голод
Грудень	0.16	0.19	0.18	0.24	0.1	0.02	0.13	0.1	0.12
Листопад	0.18	0.14	0.18	0.27	0.09	0.04	ядерний	переміщена особа	відбудова
Жовтень	0.11	0.12	0.15	0.28	0.02	-0.03	0.21	0.08	-0.01
Вересень	0.13	0.07	0.12	0.2	0.04	-0.04			
Серпень	0.17	0.17	0.15	0.24	0.07	0.03			
Липень	0.12	0.11	0.11	0.2	0.06	0.01			
Червень	0.07	0.06	0.04	0.17	0.09	-0			
Травень	0.04	0.04	-0.03	0.15	0.12	-0.06			
Квітень	0.07	0.07	0.07	0.13	0.04	-0			
Березень	0.07	0.04	0.07	0.17	0.07	0			
Лютий	0.06	-0.09	-0.03	0.14	0.1	-0.07			
Січень	0.23	0.08	0.17	0.22	0.22	-0.1			

Рисунок 8: Рівень кореляції між словом «Україна» та переліком обраних понять у сукупності медіапублікацій про Україну в топових світових онлайнмедіа у 2022 році.

Джерело: аналіз медіаконтенту, проведений LOOQME для BRAND UKRAINE, січень-грудень 2022

Наступним етапом аналізу стало створення переліку репутаційних атрибутів — стійких характеристик бренду України для періодичного вимірювання їхньої присутності в іноземних медіа. Перелік таких атрибутів був визначений в ході дискусій з фахівцями у сфері комунікацій та експертами, які працюють над розбудовою іміджу України (див. додаток 1) та може бути надалі переглянутий з огляду на прийняту майбутню бренд-стратегію України. Атрибути були виявлені у 8% від загальної кількості публікацій. Згідно з результатами, двома найпопулярнішими характеристиками України у 2022 році стали «Нація героїв» та «Демократична країна», на які припадає майже половина публікацій, що містили репутаційні атрибути. Питома вага атрибуту «Україна — член європейської сім'ї народів» склала 17%, це третя позиція серед найпоширеніших характеристик України в медіа.

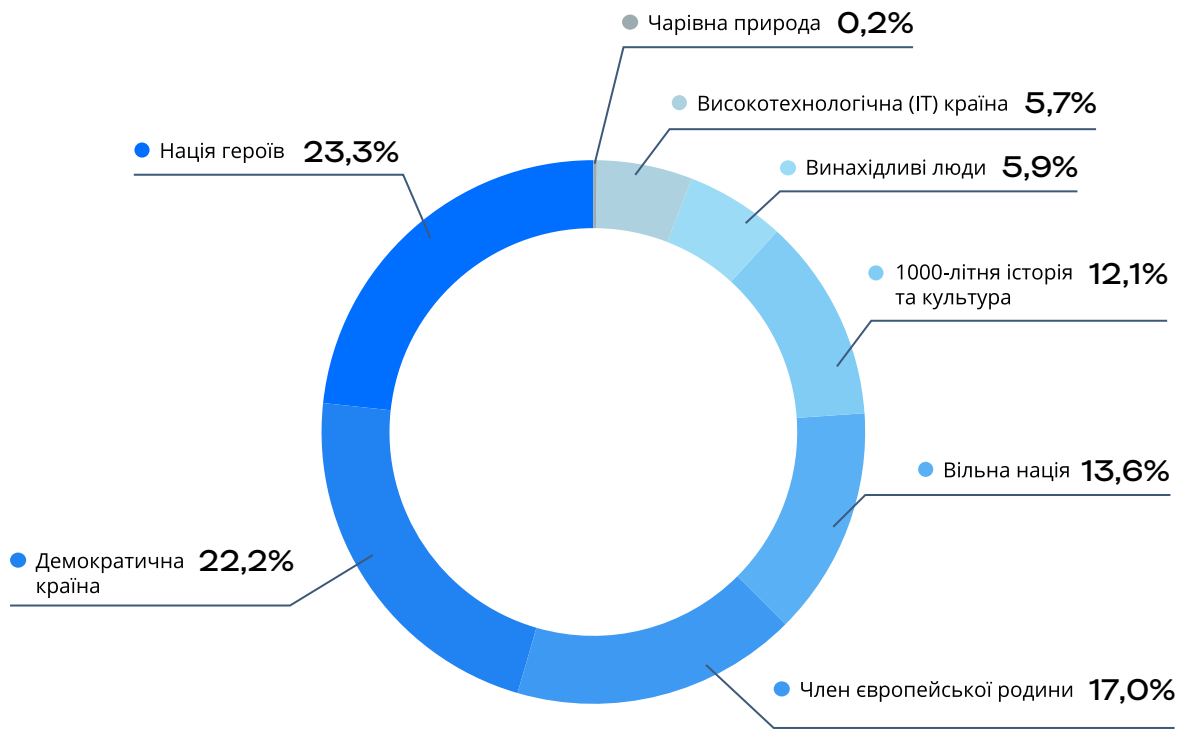


Рисунок 9: Присутність бренд атрибутів України у вибірці публікацій про Україну в найбільших світових онлайнмедіа у 2022 році.

Джерело: аналіз медіаконтенту, проведений LOOQME для BRAND UKRAINE, січень-грудень 2022

Сприйняття України світовою громадськістю

Російське повномасштабне вторгнення в Україну у 2022 році було засуджене більшістю країн світу, а Генеральна Асамблея ООН переважною більшістю голосів ухвалила у березні резолюцію «Агресія проти України», в якій засудила вторгнення РФ в Україну і вимагала негайно вивести війська з України. Політичні лідери найвпливовіших держав світу об'єдналися в потужну політичну та військову коаліцію навколо України, а звичайні люди продемонстрували солідарність з українським суспільством. Безпрецедентний рівень військової, економічної та гуманітарної допомоги Україні був би неможливим без схвалення широким загалом дій своїх політичних лідерів.

Україна, українці та війна були в центрі уваги соціологів та дослідників в усьому світі у 2022 році. Велика кількість досліджень, присвячених Україні, та різноманітність тем досліджень дозволили нам зробити загальні висновки про сприйняття України світовою громадськістю у 2022 році. З метою надати неупереджений аналіз, який би справді репрезентував світовий, а не лише західний порядок денний, ми обрали соціологічні дослідження, що вивчають громадську думку як у країнах Глобальної Півночі, так і Глобального Півдня.

Методологія цього розділу базується на кабінетному дослідженні надійних соціологічних опитувань, оскільки часові та інші обмеження внаслідок воєнних дій не дозволили нам провести у 2022 році власне дослідження (однак проведення такого дослідження залишається одним з ключових пріоритетів для BRAND UKRAINE в рамках підготовки випуску даного звіту наступного року). У цьому розділі використано такі джерела даних, як «Євробарометр», YouGov, Pew Research Center, GLOBSEC та інші. Ми вдячні нашим партнерам і друзям за надання доступу до даних своїх досліджень для цього звіту — Brand Finance, Європейському Парламенту, Zinc Network, Bloom Consulting, Ipsos.

Увага світу до України

Війна в Україні опинилася в центрі уваги світових ЗМІ та їхньої аудиторії. Згідно з дослідженням, проведеним у березні 2022 року в 7 європейських країнах і США, лише 4% населення нічого не знали про поточну ситуацію в Україні, тоді як 40% читали та обговорювали її щодня [6]. Згідно з іншим опитуванням, проведеним навесні 2022 року, 81% населення Німеччини,

72% Польщі, 70% Великої Британії та 69% США заявили, що уважно стежать за новинами про війну в Україні [7]. Понад 75% респондентів у США, Великій Британії та ЄС стежили за інформацією про війну в Україні через соціальні мережі [8].

Попри те, що загальна увага почала знижуватися після неймовірного зростання в перші місяці повномасштабного вторгнення Росії в Україну, наприкінці 2022 року вона все ще залишалася високою. У вересні 53% населення Великої Британії продовжували уважно стежити за новинами [9], а 79% жителів Латвії відслідковували інформацію про війну принаймні раз на день [10].

Високий інтерес до новин з України також пов'язаний із загальним переконанням, що війна, яку Росія розв'язала проти України, впливає на життя людей у всьому світі. Наприкінці року 81% європейців були стурбовані поширенням війни в Україні на інші країни [13].

У країнах центральної та східної Європи більшість населення визнавала, що, борючись проти російського вторгнення, Україна також бореться за демократію в Європі (рис. 10) [11]:

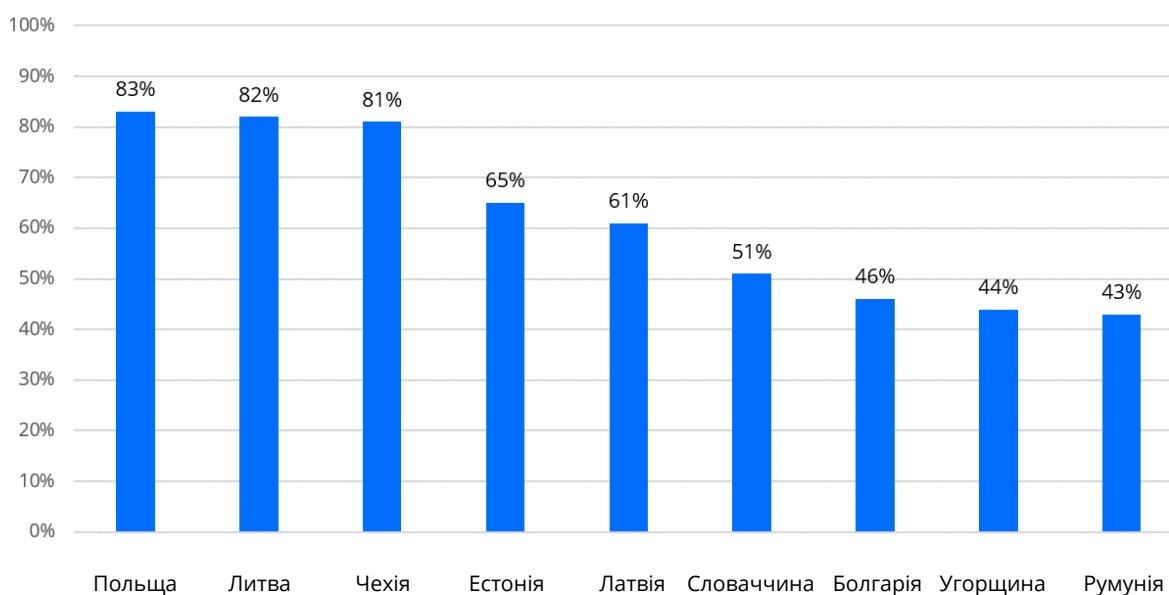


Рисунок 10: Громадська думка щодо твердження «Борючись проти російського вторгнення, Україна також бореться за демократію в Європі» (відсоток тих, хто повністю або частково згоден).

Джерело: GLOBSEC Trends 2022

Зміни в загальному сприйнятті України внаслідок війни

Неймовірне зростання інтересу до країни, яка раніше була майже невідома мільйонам людей у світі, не могло не вплинути на її загальне сприйняття. Компанія Bloom Consulting навесні 2022 року провела спеціальне глобальне дослідження, щоб оцінити, як війна Росії в Україні впливає на національні бренди цих двох країн (населення України та Росії не брало участь в дослідженні). Згідно з результатами [2], 71% населення світу були прихильниками України (тоді як 8% не мали власної думки). 54% громадян світу стверджували, що війна позитивно вплинула на їхнє сприйняття України як країни, тоді як 23% не визначились щодо цього.

Дослідження зафіксувало значну різницю у зміні сприйняття у країнах Глобальної Півночі та Глобального Півдня. У той час як близько 80% населення в Європі та Північній Америці заявили, що підтримують Україну, а близько 15% зайняли нейтральну позицію, рівень підтримки Росії та нейтральності були вищими в країнах Середнього Сходу, Африки, Азії та Латинської Америки — 25% та 15% в середньому відповідно. Найвищий позитивний вплив війни на загальне сприйняття України зафіксовано в Північній Америці (64%) та Європі (60%), а найнижчий — у Латинській Америці та на Середньому Сході (менше 50%).

Війна найбільш позитивно вплинула на сприйняття світом таких характеристик України, як єдність, культура, люди та історія, а також інтеграція та інклюзія (рис. 11).

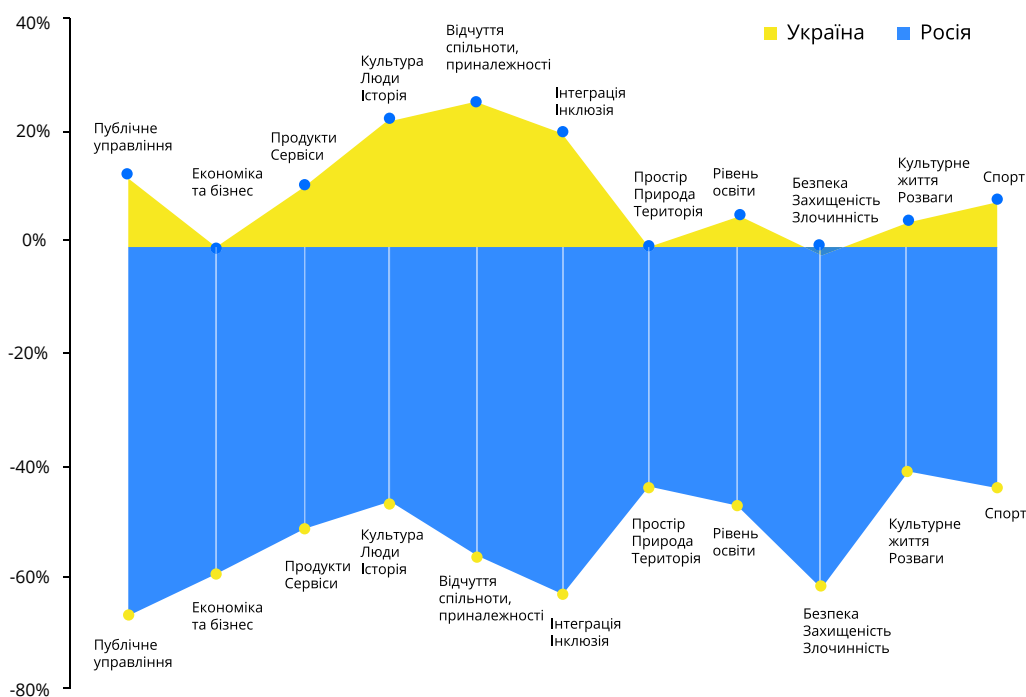


Рисунок 11: Як війна вплинула на конкретні типи сприйняття Росії та України.

Джерело: Bloom Consulting

Сейсмічні зміни у позитивному сприйнятті України, що відбулися на самому початку повномасштабного вторгнення Росії, неминуче мають природну тенденцію до поступового помірною зниження. Наприклад, за даними загальнонаціонального опитування у Франції, частка населення, яке позитивно ставилося до України, у грудні 2022 року знизилася до 69% порівняно із 82% у березні [12]. Цей факт слід враховувати під час розробки стратегії майбутньої політичної, дипломатичної та комунікаційної діяльності, щоб уповільнити падіння рівня обізнаності та позитивного ставлення та конвертувати їх в інтерес до нових тем про Україну. Визначним фактором успіху має стати політика «єдиного голосу», тобто тісна співпраця та послідовність у зовнішніх комунікаціях усіх органів державної влади України.

Ставлення до тимчасово переміщених українців і гуманітарної допомоги

Однією із суттєвих ознак для оцінки ставлення іноземних аудиторій до України та українців є готовність прийняти тимчасово переміщених українців у своїх країнах. Вважається, що війна в Україні спричинила найбільшу з часів Другої світової війни міграцію біженців у Європі. Станом на 15 листопада 2022 року, Управління Верховного комісара ООН у справах біженців (УВКБ ООН) повідомило про 7,8 мільйонів українців, які вимушено втекли від бойових дій в Україні [14]. Хоча виклики, пов'язані з їхнім прийняттям та розміщенням, є величезними і зростають під негативним впливом економічної кризи, більшість країн упродовж усього 2022 року демонстрували готовність приймати українців.

Низка опитувань підтвердила високий рівень толерантності до тимчасово переміщених українців і готовність допомогти їм на початку повномасштабного вторгнення Росії у 2022 році. Серед громадян ЄС існував чітко виражений консенсус щодо прийняття українців, які тікають від війни (88%) [15]. Двоє з трьох європейців були готові допомагати українцям, збираючи кошти, їжу та одяг, а також у пошуках житла [6].

Опитування, що охопило десять країн-членів ЄС, показало, що переважна більшість європейців все ще виступає за те, щоби приймати у своїх країнах українських тимчасово переміщених осіб у жовтні 2022 року. Більше того, 40% населення ЄС були готові продовжувати підтримувати Україну навіть попри негативні економічні та соціальні наслідки [16].

Загальна гуманітарна допомога Україні користувалася високою підтримкою впродовж усього 2022 року. Опитування, проведені у травні та вересні,

показали, що абсолютна більшість європейців схвалюють надання гуманітарної підтримки людям, які постраждали від війни (93% [16] та 92% [17]).

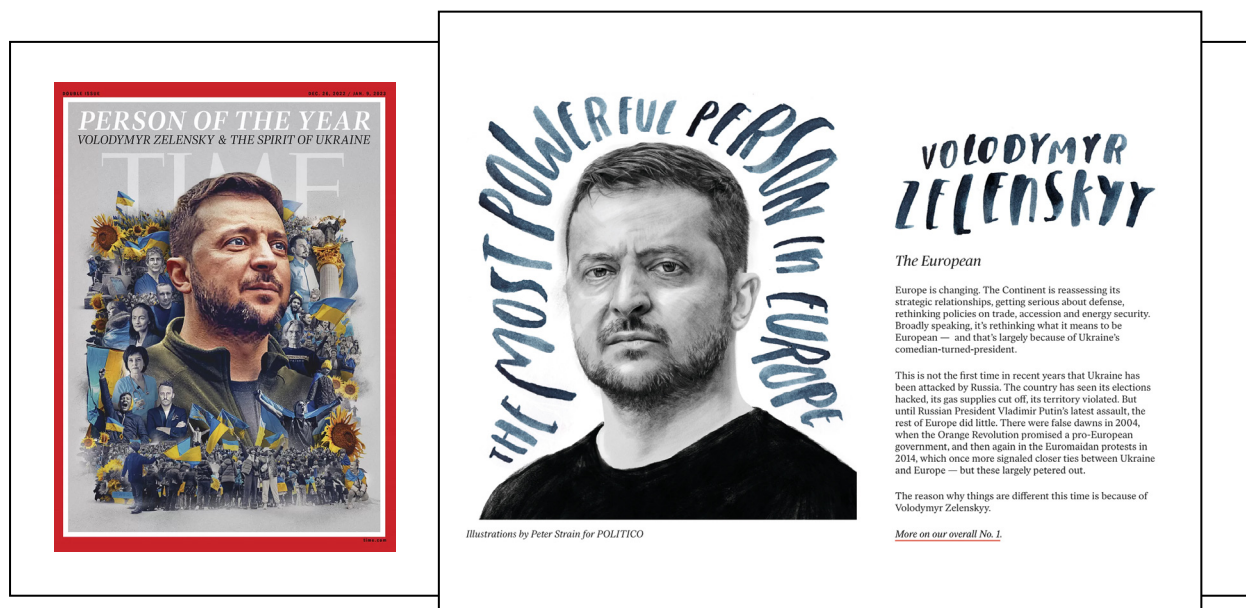
Ставлення до політичних лідерів України

Політичні лідери відіграють величезну роль у формуванні іміджу країни. Їхнє значення для розбудови бренду країни особливо зростає в буремні часи, коли світова аудиторія починає судити про країну за здатністю її лідерів долати труднощі та вести свій народ до процвітання.

З початком повномасштабної війни в Україні її президент Володимир Зеленський здобув потужну підтримку широкої громадськості в багатьох країнах. У березні населення країн Центральної та Східної Європи оцінювало президента Зеленського найвище серед інших світових лідерів: 66% населення ставилися до нього позитивно [11]. У той самий період часу 7 з 10 американців (72%) були впевнені в тому, що президент України робить правильні речі у міжнародних відносинах, що є вищим показником, ніж у будь-якого іншого лідера в світі [18].

Володимир Зеленський залишається найпопулярнішим іноземним політиком для американців та №2 для громадян Великої Британії станом на 3-й квартал 2022 року [22, 23].

Європейський парламент присудив «хороброму народу України, представленому президентом, обраними лідерами та громадянським суспільством» премію імені Андрія Сахарова «За свободу думки-2022» — відзнаку, яка щорічно присуджується Європейським парламентом і відзначає осіб та організації, які захищають права людини та фундаментальні свободи.



У грудні 2022 року журнал Time присудив Володимиру Зеленському та «українському духу» титул «Людина року» на знак визнання його лідерства під час війни. У рейтингу найвпливовіших осіб Європи, складеному виданням POLITICO, Президент України посів перше місце як «політик, який переосмислює, що означає бути європейцем» [24].

Україна як майбутній член ЄС/НАТО

Більшість людей в українському суспільстві погоджується, що питання інтеграції України до ЄС та НАТО є визначальним для майбутнього розвитку та безпеки країни. Так 85% українців у серпні 2022 року хотіли, щоб Україна стала членом ЄС, і 69% - щоб Україна приєдналась до НАТО до 2030 року, на противагу лише 41% і 33% у грудні 2021 року відповідно[25]. У жовтні 2022 року 86% населення України заявили, що підтримали б вступ України до Європейського Союзу [26]. Неспровокована агресія Росії призвела не лише до консолідації народу України щодо бачення майбутнього країни, а й сприяла формуванню доброзичливого ставлення до України як потенційного члена ЄС та НАТО у більшості світових столиць.

Більше половини європейців у березні вважали, що Україна рано чи пізно має бути прийнята до ЄС [27]. У 14 провідних країнах світу 63% населення погодилися з тим, що Україні слід запропонувати членство в ЄС, а 58% — членство в НАТО [28] (рис. 12). Загальна підтримка була вищою в Європі.

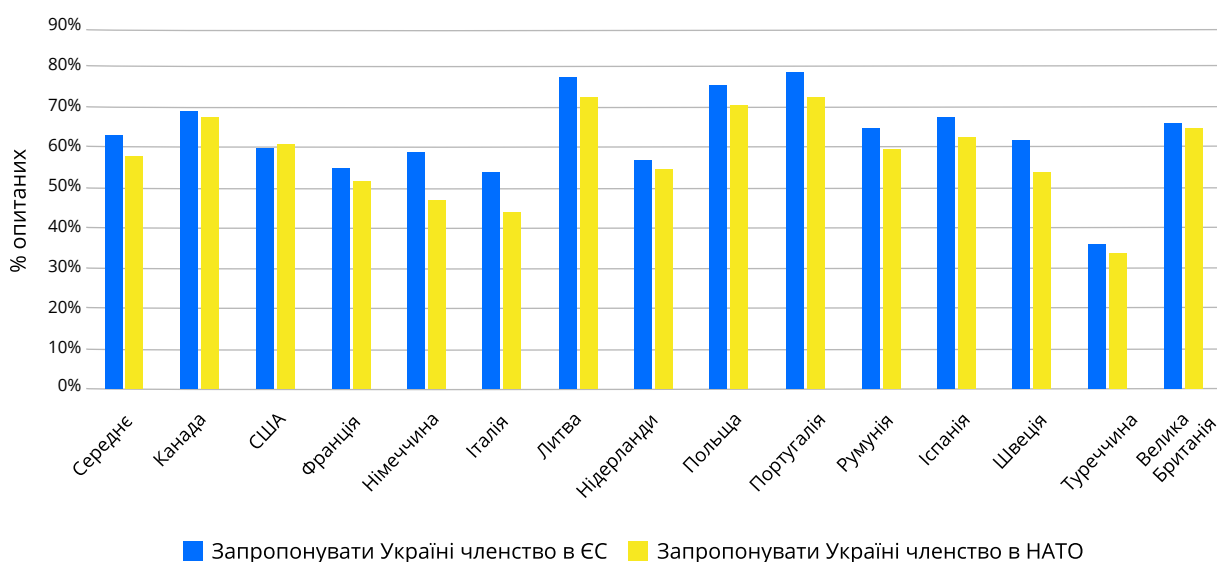


Рисунок 12: Громадська думка щодо дій у відповідь на війну в Україні (відсоток тих, хто повністю або частково згоден).

Джерело: Трансатлантичні тренди 2022, GMF

Широка громадськість у досліджених країнах загалом добре поінформована про війну в Україні (61%), але набагато менше знайома із самою країною (лише 31% сказали, що знайомі з культурою України, 35% — з її політикою і 31% — з її історією).

Загалом образ України як хороброї та демократичної країни був помірно поширеним в опитаних країнах Глобального Півдня. Так 38% респондентів погодилися з твердженням, що «Україна бореться за свободу, демократію та суверенітет» (46% у Туреччині, 45% в Індії та 44% в ОАЕ). Для 32% аудиторії «війна показала, що українці — одні з найсміливіших, найвинахідливіших і найрішучіших людей у світі» (43% в Індії та 42% в ОАЕ).

Україна в міжнародних рейтингах та індексах

Хоча міжнародне порівняння є важливим для аналізу іміджу будь-якої країни, не всі рейтинги та індекси можуть бути застосовані до України у 2022 році. Спектр тематики національних індексів та рейтингів дуже широкий, включаючи дослідження, сфокусовані на специфічних темах, таких як екологічна стабільність, гендерна рівність, свобода преси та багато інших. Не всі з цих тем доречно застосовувати до аналізу іміджу України у 2022 році, оскільки військові дії, що тривають, продовжують вносити кардинальні зміни в життя України. Тому в цьому звіті ми зосередилися на дослідженнях, які порівнюють загальне сприйняття країн. Іншим важливим фактором, який вплинув на методологію, стало те, що не всі видання індексів та рейтингів базуються на статистичних даних та дослідженнях 2022 року, а отже не враховують вплив російської агресії на імідж України. Тому аналіз проводився на основі обмеженої кількості досліджень, які спираються на дані, зібрані після початку повномасштабного вторгнення Росії в Україну у 2022 році, або враховують результати додаткових опитувань щодо війни Росії проти України. Такий підхід гарантує, що аналіз враховує надзвичайний вплив війни на всіх можливих рівнях. Враховуючи це, ми також впевнені, що методологія може бути скоригована в майбутньому, виходячи з пріоритетних для України напрямів, які будуть визначені в стратегії розвитку її національного бренду.

Рейтинг «Nation Brands 2022» (Brand Finance)

Загальноновизнано, що національний імідж країни має безпосередній вплив на вартість національного бренду. Чим краще країна сприймається на міжнародній арені, тим більше у неї шансів на зростання економіки — стимулювання інвестицій, експорту, туристичних потоків і притоку талантів. Brand Finance публікує звіт Nation Brands з 2005 року. Це дослідження 100 найпотужніших національних брендів світу, які ранжуються за їхньою вартістю та силою. Сила національного бренду визначається шляхом поєднання статистичних даних та дослідження сприйняття країн. Показник сили бренду базується на трьох складових: інвестиції країни у створення сильного національного бренду, внутрішнє та міжнародне сприйняття національного бренду, а також макроекономічні показники національного бренду. Вартість національного бренду розраховується шляхом поєднання індексу сили бренду з даними про валовий внутрішній продукт.

Згідно з нещодавнім дослідженням [4], збитки, завдані війною економіці України, є величезними, внаслідок чого **вартість її бренду впала на**

22 млрд доларів США зі 107 до 85 млрд доларів США. У той самий час, дивовижна стійкість українського народу та уряду позитивно вплинула на **оцінку сили бренду країни**, яка **зросла більш ніж на 5 пунктів** за рік з 52,8 до 57,9 зі 100 можливих.

Глобальний індекс м'якої сили/Global Soft Power Index 2023 (Brand Finance)

Глобальний індекс м'якої сили ґрунтується на дослідженні сприйняття населенням світу національних брендів (понад 100 000 опитаних осіб у більш ніж 100 країнах світу), а також на глибинних інтерв'ю з особами, які ухвалюють рішення та впливають на світову політику, та лідерами думок.

У Глобальному індексі м'якої сили 2023, що базується на даних дослідження, проведеного у 2022, після початку повномасштабного вторгнення Росії в Україну, рівень м'якої сили України зріс на 10 балів — найбільше серед інших країн у рейтингу. Такий ріст був насамперед спричинений зростанням рівня загальної впливовості країни. У 2023 році Україна посіла 37-е місце (у 2022 — 51-е), набравши 44.3 бали за показником м'якої сили та зрісши за показниками знання національного бренду, репутації та впливу. За показником сприйняття впливовості, вперше за всю історію рейтингу Україна опинилась у першій двадцятці найвпливовіших країн світу. Україна відзначилась високою увагою до неї широкої громадськості по всьому світу, ставши третьою країною серед тих, за новинами яких слідували в інших країнах. Україна також продемонструвала високі результати у галузі врядування і посіла 12-е місце за оцінкою наявності «міжнародних лідерів, якими захоплюються».

Автори Індексу відзначають, що це результат успішної внутрішньої комунікації та дипломатії України, які допомогли згуртувати західних союзників і протистояти неспровокованому та незаконному вторгненню Росії в Україну.

Додаткове дослідження, проведене Brand Finance у березні 2022 [1] детальніше розкриває зміни у м'якій силі України після 24 лютого 2022. Згідно з результатами [1], менш ніж за півроку знання України зросло з 51% до 71%, репутація — до 61 бала (+5 балів), а вплив — до 44 балів (+7 балів) (рис. 14).

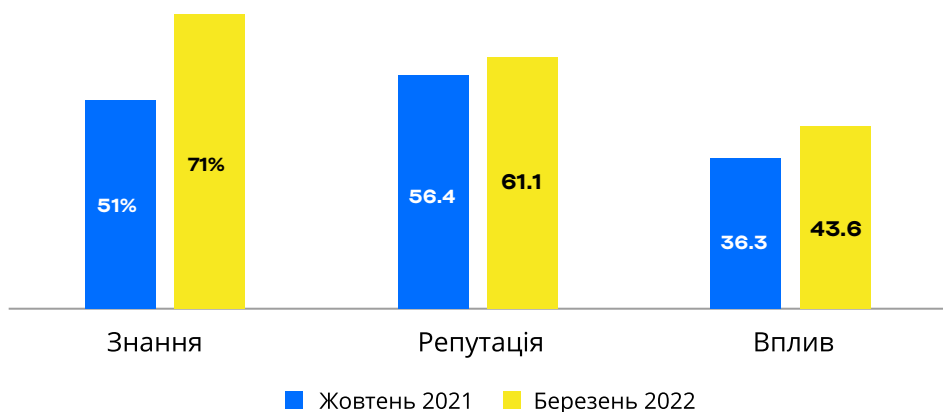


Рисунок 14: Зміни у сприйнятті України.

Джерело: Brand Finance

Серед десяти досліджуваних ринків найбільше зростання обізнаності про Україну продемонструвала Південна Африка (+32 в.п.), за нею йдуть Бразилія (+29 в.п.) та Індія (+26 в.п.).

Згідно з дослідженням, найбільший середній приріст у сприйнятті продемонстрували такі характеристики, як:

- Толерантність +165%
- Засоби масової інформації, яким можна довіряти +128%
- Повага до закону та прав людини +108%
- Передові технології +90%
- Хороші відносини з іншими країнами +67%

Лише три з десяти основних ринків, охоплених цим дослідженням, зафіксували негативні зміни в оцінках репутації України — Китай (-4 бали), Туреччина (-0,4 бали) та Індія (-0,4 бали).

Індекс національних брендів /Nation Brands Index 2022 (Anholt-Ipsos)

В Індексі національних брендів від Anholt-Ipsos [31], який досліджує глобальне сприйняття 60 націй серед населення 20 країн, **Україна піднялася на одну сходинку до 47-го місця у 2022 році**. Україна стала другою країною за рівнем поінформованості про її новини: 79% громадян світу бачили, чули або читали новини про неї. Хоча імідж країн у цьому рейтингу зазвичай змінюється повільно, результат України з 2014 зростає стрімкіше, ніж у середньому інші країни.

Згідно з результатами Індексу, найбільший приріст у позитивному сприйнятті України широкою громадськістю мала така складова її національного бренду, як врядування — оцінка компетентності та чесності влади, її ставлення до громадян і повага до їхніх прав, а також глобальна поведінка країни у сферах міжнародного миру та безпеки, захисту навколишнього середовища та боротьби із глобальною бідністю. Також суттєво покращилось загальне ставлення населення світу до українського експорту. Так, Україна опинилась на 34-у місці серед 60 країн за готовністю іноземної публіки купувати її продукти (у 2021 — 46-е місце). Дослідження також зафіксувало ріст у бажанні людей мати друзів та наймати на роботу людей з України. Натомість Україна втратила у сприйнятті таких складових національного бренду, як «імміграція та інвестиції», «туризм» та «культура».

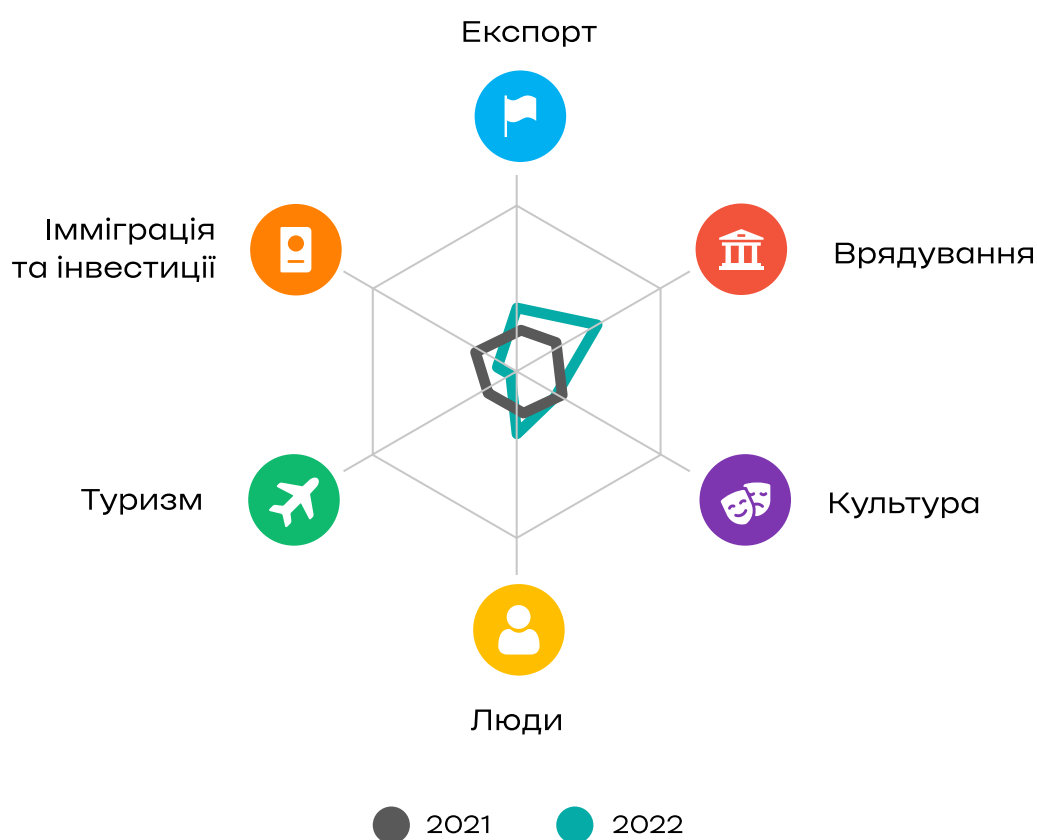


Рисунок 15: Зміни у сприйнятті України у розрізі показників національного бренду в Індексі національних брендів від Anholt-Ipsos.

Джерело: Індекс національних брендів 2022 від Anholt-Ipsos

Рейтинг найкращих країн за версією U.S. News

За даними щорічного рейтингу U.S. News Best Countries Ranking [32], який базується на глобальному дослідженні якісних характеристик 85 країн світу, Україна піднялася на 9 позицій, посівши 62 місце у 2022 році. Ставлення світу до України як до важливого міжнародного гравця значно зросло. У субрейтингу країн за впливом на міжнародній арені Україна піднялася на 19 позицій, посівши 14 місце серед 85 країн. Респонденти оцінили політичний вплив України у 54 бали зі 100, а військову міць — у 65,6 балів. Крім того, втричі порівняно з 2021 роком зросло сприйняття України як члена потужних міжнародних альянсів.

Бібліографія

1. «М'яка сила у світі жорсткої влади: Випадок України», дослідження Brand Finance, березень 2022 року, <https://brandfinance.com/press-releases/russias-soft-power-collapses-globally-following-invasion-attitudes-towards-ukraine-soar>
2. «Вплив російсько-української війни на національні бренди», дослідження Bloom Consulting, квітень 2022 року, <https://www.bloom-consulting.com/journal/impact-of-russia-ukraine-war-on-nation-brands/>
3. Громадська думка щодо війни в Україні, DG COMM, 13 жовтня 2022 року, <https://www.europarl.europa.eu/at-your-service/files/be-heard/eurobarometer/2022/public-opinion-on-the-war-in-ukraine/en-public-opinion-on-the-war-in-ukraine-20221013.pdf>
4. Nation Brands 2022, Brand Finance, вересень 2022 року, <https://brandirectory.com/rankings/nation-brands/>
5. Глобальний індекс м'якої сили 2022, Brand Finance, березень 2022 року, <https://brandirectory.com/softpower/>
6. «Війна в Україні», опитування TGM Research, березень 2022 року, <https://tgmresearch.com/images/library/war-in-ukraine-tgm-research-survey-report.pdf>
7. «Сприйняття медійного висвітлення війни в Україні», дослідження Reuters Institute — YouGov, червень 2022 року, <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022/perceptions-media-coverage-war-Ukraine>
8. «Опитування: Західні люди відчують себе українцями — прагнуть робити більше», прес-реліз дослідження Cygnal, Gradus та Response:AI, <https://www.cygnal.com/cygnal-poll-westerners-feel-like-ukrainians-do-more/>
9. YouGov Великобританія, 14–15 вересня 2022 року, https://docs.cdn.yougov.com/zxb8aseu3w/Internal_Ukraine_220915_w.pdf

10. Громадська думка щодо війни в Україні, DG COMM, вересень 2022 року, <https://www.europarl.europa.eu/at-your-service/files/be-heard/eurobarometer/2022/public-opinion-on-the-war-in-ukraine/en-public-opinion-on-the-war-in-ukraine-20220902.pdf>
11. Тренди GLOBSEC 2022, <https://www.globsec.org/sites/default/files/2022-05/GLOBSEC-Trends-2022.pdf>
12. Погляди французів на кризу в Україні, Ifop для Фонду Жана Жореса <https://www.ifop.com/publication/regards-europeens-sur-la-crise-en-ukraine/>
13. Євробарометр. Парламентар 2022. Грудень 2022 року
14. Гуманітарна криза та криза біженців в Україні, Дослідницька служба Конгресу США, листопад 2022 року, <https://crsreports.congress.gov/product/pdf/IN/IN11882>
15. Євробарометр, 5 травня 2022 року, https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_22_2784
16. ЄВРОПА ТА ТРУДОВА МІГРАЦІЯ З УКРАЇНИ, проф. д-р Ганс Форлендер, директор Форуму Меркатора «Міграція і демократія» (MIDEM), Дрезденський технічний університет, https://forum-midem.de/cms/data/fm/user_upload/Publikationen/TUD_MIDEM_Jahresstudie2022_Europa_und_die_Fluchtmigration_aus_der_Ukraine.pdf
17. Стандартний Євробарометр 97 — Літо 2022, червень–липень 2022 року, <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2693>
18. «Зеленський викликає широку довіру американської громадськості, а ставлення до Путіна впало до нового мінімуму», Джейкоб Пуштер та Ейдан Коннотон, 30 березня 2022 року, <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2022/03/30/Zelenskyy-inspires-widespread-confidence-from-u-s-public-as-views-of-putin-hit-new-low/>

19. Опитування Economist/YouGov 19–22 березня, 2022, https://docs.cdn.yougov.com/1gmdiyf7jr/20220507_econTabReport_revised.pdf
20. Опитування The Economist/YouGov 16–19 липня, 2022, <https://docs.cdn.yougov.com/k4maehoie4/econTabReport.pdf>
21. Опитування The Economist/YouGov 17–20 вересня, <https://docs.cdn.yougov.com/xeu4apb94g/econTabReport.pdf>
22. Найпопулярніші іноземні політики (3 квартал 2022 року), YouGov Великобританія, <https://yougov.co.uk/ratings/politics/popularity/foreign-politicians/all>
23. Найпопулярніші іноземні політики (Q3 2022), YouGov США, <https://today.yougov.com/ratings/politics/popularity/foreign-politicians/all>
24. POLITICO 28: Випуск 2023 року <https://www.politico.eu/politico-28-class-of-2023/>
25. Можливості та виклики, що стоять перед Україною на шляху до демократії. Національний демографічний інститут, серпень 2022 року, https://kiis.com.ua/materials/pr/20220920_o/August%202022_wartime%20survey%20Public%20fin.pdf
26. ЗОВНІШНЬОПОЛІТИЧНІ ОРІЄНТАЦІЇ УКРАЇНЦІВ У ДИНАМІЦІ, 1–2 ЖОВТНЯ, 2022 рік, Соціологічна група «Рейтинг» https://ratinggroup.ua/en/research/ukraine/dinam_ka_zovn_shno-pol_tichnih_nastro_v_naselennya_1-2_zhovtnya_2022.html
27. «Європейці підтримують вступ України до ЄС — але не зараз», Корнеліус Хірш, березень 2022 року, https://www.politico.eu/article/poll-show-european-back-ukraine-path-to-eu-membership/?utm_source=POLITICO.EU&utm_campaign=c68a30621d-EMAIL_CAMPAIGN_2022_03_16_05_25&utm_medium=email&utm_term=0_10959edeb5-c68a30621d-190517661
28. Трансатлантичні тенденції 2022: громадська думка в часи геополітичних потрясінь, GMF, <https://www.gmfus.org/news/transatlantic-trends-2022>

29. «Україна — член ЄС? Поляки заговорили», червень 2022 року, <https://dorzeczy.pl/sondaz/309694/sondaz-ukraina-czlonkiem-ue-polacy-zabrali-glos.html>
30. «Поляки про війну та біженців. Результати останнього опитування», серпень 2022 року, <https://wiadomosci.radiozet.pl/Polska/Polacy-o-wojnie-i-uchodzcach.-Ujawniono-najnowszy-sondaz>
31. Індекс національних брендів Anholt-Ipsos, листопад 2022 року, <https://www.ipsos.com/en/nation-brands-index-2022>
32. Рейтинг найкращих країн світу за версією U.S. News 2022, <https://www.usnews.com/news/best-countries/rankings>
33. Дослідження громадської думки в 7 країнах Глобального Півдня, проведене Zinc Network на замовлення МЗС України, 2022

Додаток 1

Перелік брендатрибутів України

1. Україна — нація героїв
2. Україна — вільна нація
3. Україна — демократична країна
4. Українці — винахідливі люди
5. Україна має тисячолітню історію та культуру
6. Україна — країна з високим технологічним/ІТ потенціалом
7. Україна — член європейської родини
8. Україна має чарівну природу

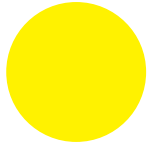
Ключові слова та фрази для моніторингу брендатрибутів України в медіа

Україна — нація героїв	Україна — вільна нація	Україна — демократична країна	Українці — винахідливі люди	Україна має тисячолітню історію та культуру	Україна — країна з високим технологічним/ІТ потенціалом	Україна — член європейської родини	Україна має чарівну природу
ukraine brave ukraine glory ukraine great powerful country extraordinary courage fight evil inspire ukrainians country brave country powerful ukraine bravely brave country ukraine stand independent sovereign bravery people courage resilience brave people spirit Ukraine determine defend bravery defender sovereign nation ukraine encourage ukraine hero warrior fight	euukraine free freedom ukraine freedom stand ukrainians free freedom country value freedom free independent Ukraine bless ukraine freedom independence beloved everyone ukraine fight freedom inspire world defend independence defend homeland freedom fight justice freedom independence freedom free society	independence freedom democratic nation democracy freedom ukraine idea nation independent ukraine restore protect democracy fight independence defend right part democratic policy ukraine democracy call ukraine corrupt free independent ukraine political right defend democracy support ukraine leadership independent nation democracy Ukraine freedom independence	creative ukraine ukraine humor creative people create kind fun moment creative economy skill talent way creative creative way people create creative industry skill experience talent ukrainian can inspire innovation technology digital innovation passion people fun people local content create employment opportunity digital innovation funny people development platform create employment	art ukrainian book ukrainian ukrainian youth identity ukrainian director ukrainian ukrainian nationalism ukrainian dancer song folk history ukrainian rich ukrainian history ukrainian book musician ukrainian film ukrainian ukrainian director culture language century ukrainian monument ukrainian ukrainian diaspora cultural identity ukrainian monument intellectual ukrainian dancer ukrainian brave cossacks ukrainian art ukraine culture	ukrainian it sector digital development ukrainian website cyber ukrainian navy official it ukraine software ukrainian network government minister fedorov ukraine it government network minister transformation ukraine it country tech ukraine ukrainian technology cybersecurity ukrainian system ukrainian official navy	ukraine part europe european unity european course course european integrate european ukraine europe family path european europe support ukraine ukrainian europe brothers unity european europe ukrainian way european europe ukraine ukraine european family european path european way european integrate european integration	nature ukraine ukrainian nature Ukraine nature beauty

Україна — нація героїв	Україна — вільна нація	Україна — демократична країна	Українці — винахідливі люди	Україна має тисячолітню історію та культуру	Україна — країна з високим технологічним/ІТ потенціалом	Україна — член європейської родини	Україна має чарівну природу
beloved country ukraine deserve ukrainian unity heroic defender great Ukraine strong people ukraine survive ukraine facing ukraine inspire fight neo-Nazis ukraine spirit courageous people courageous brave fight protect courage bravery ukraine patriotic fight warrior brave defender protect family ukraine incredible incredible bravery support defender heroically defend ukraine liberate ukrainian stand force ukrainians defend donbass courageous defender defend nation victory ukrainians victory country hero soldier ukrainians slava heroyam slava ukraine slava ukraini slava ukraine army ukraine glory brave ukraine slava ukraine warrior army hero brave army bravo ukraine glory ukraine heros brave warrior brave soldier ukraine justice slava ukraini soldier stay safe stay strong ukraine glory hero heroic soldier brave fighter	free society freedom world free nation genocide freeukraine choose freedom freedom believe freedom value defend freedom free euukraine freedom justice love freedom struggle freedom freedom hope freeukraine standwithukraine freedom peace free Ukraine freedom equality freedom love nation free freedom ideal freedom choose destiny ukraine freeland freedom struggle liberty freedom world freedom ukraine liberty country freedom prosperity freedom freedom ukraines free ukraines ukraines free support freeukraine freedom defend free ukrainians	preserve democracy democratic defend matter democracy ukraine policy restore ukraine corrupt ukraine attack democracy democracy fighters future democracy country democracy democracy need movement peace support democracy democracy future need democracy nation democratic survival country democracy matter leadership Ukraine defend democratic idea ukraine security freedom sovereign independent protect sovereignty society democratic freedom democracy peace movement triumph democracy right exist ukraines right fight authoritarian right self-determination support government defend democracy victory democracy public support support decision country's sovereignty free democratic	opportunity ukrainian fashion ukrainian creative ukrainian creator ukrainian artist ukrainian filmmakers ukrainian designer ukrainian project ukrainian athlete ukrainian producer ukrainian gymnast ukrainian business ukrainian psychologist ukrainian folk	kievan rus history culture root ukrainian country symbol artist folk ukrainian star rus kievian folk song ukrainian tradition nationalism ukrainian ukrainian root ukrainian heritage ukrainian music ukrainian author song patriotic bandurist ukrainian youth ukrainian brave cossack culture history symbol country ukrainian cossack cossacks ukrainian ukrainian film learn history music ukrainian artist ukraine academic ukrainian ukrainian intellectual ukrainian history author ukrainian ukrainian nationhood ukrainian century ukrainian academic ukrainian statehood language history military history institute archeology serhii plokhy ukrainian revolution kyivan rus historical spiritual	ukrainian tech worker digital performance ukrainian freelance ukrainian programmer ukrainian fintech ukrainian tech ukrainian startup ukrainian entrepreneur ukrainian software ukrainian game startup respeecher tech startup company respeecher create tech startup software developer game digital game developer game engine ukrainian web digital artist	european ukraine support Europe welcome ukraine welcome Ukrainians support effort join european perspective status germany ukraine poland ukraine hungary ukraine france ukraine follow ukraine open ukraine diplomacy support cooperation tool visit ukraine support spokesperson international donation	



«Якщо можна знайти бодай один позитивний наслідок цієї війни, то це покращення образу України на світовій арені».



Хозе Філіне Торрес,

генеральний директор, глобальний директор з національного брендингу та брендингу територій Bloom Consulting

BRAND | UKRAINE

2023

