

Особливості формування та трансформації бренду України на міжнародній арені

Досліджено розвиток та трансформацію бренду України за останні 4 роки. У статті подані результати формування бренду на міжнародній арені.

Зараз, з огляду на повномасштабну війну з Росією та постійну присутність української теми в міжнародному інфопросторі, питання бренду України стає ще важливішим. Наша країна повинна мати потужний національний бренд, покликаний транслювати світові її сильні сторони.

Одна з дослідниць брендингу, українка О. Шевченко визначає державний бренд як «сукупність характеристик (назва, термін, знак, символ, малюнок, слоган тощо), які об'єднують уявлення самої країни про себе, містять ексклюзивні та позитивні характеристики країни та виділяють її серед інших держав світу» [5].

Країни, які створили власний бренд, сьогодні використовують його як інструмент для підняття привабливості та проводять повномасштабні національні та міжнародні маркетингові кампанії.

Рішення про затвердження єдиного бренду України було схвалено 20 квітня 2018 року на засіданні Міжвідомчої комісії з питань популяризації України у світі при Міністерстві інформаційної політики України [1].

10 травня 2018 року за участі українського й британського урядів та студії Wanda з'явився бренд Ukraine NOW, який став найбільш масштабною програмою з просування міжнародного іміджу України за роки незалежності [1].

Центральною ідеєю було те, що Україна – відкрита та досить прогресивна держава. Для формування бренду, провели опитування громадської думки серед іноземців. Британські компанії визначали такі асоціації: бойові дії, корупція, революція. Іноземна аудиторія українців сприймала здебільшого як не толерантне та закрите суспільство. Робота над новим брендом тривала близько року.

Новий брендинг, мав на меті змінити асоціації на більш приємні, донести про відкритість, красу та інноваційність нашої Батьківщини. Слово NOW акцентувало на тому, що українці не бояться діяти та в режимі реального часу розробляють нові проекти та ініціативи, які заслуговують на увагу з боку світової громадськості. Дизайн логотипу бренду є мінімалістичним, підкреслює дві складові – синій елемент (як сповіщення з соціальної мережі), що уособлює сучасність оновленого бренду, а слово NOW ненавчливо виділено жовтим маркером [7].

Інтегрованість цього брендингу в культурні, інформаційні, туристичні події, що проводяться урядом та бізнесовими й громадськими організаціями як всередині України, так і за кордоном, свідчить про те, що він все ж знайшов своє місце й схвалення серед широкої публіки та став своєрідним обличчям нашої держави, як бренду. Такі інформаційні ресурси, як сайт, соціальні мережі,

показують прогресивність, різноманіття та гостинність нашої держави [7].

Інформуванню та розвитку державного бренду посприяло немало заходів, наприклад:

- перемога в пісенному конкурсі Євробачення у 2004, 2016, 2022 роках;
- проведення в Україні Євро-2012;
- цифрова трансформація та діджиталізація країни, щорічний Diiia Summit;
- Помаранчева революція;
- Революція Гідності та Євромайдан;
- Святкування 30-ої річниці Незалежності нашої держави тощо.

Якщо, зануритись в історію, то можна пригадати багато видатних письменників, діячів. Яскравими прикладами є: Леся Українка, Ліна Костенко, Тарас Шевченко, Богдан Хмельницький, Михайло Грушевський та інші не менш важливі діячі. На сьогодні, Президент України Володимир Зеленський є відомою та авторитетною особою у світі.

Україна сповнена унікальними відкриттями та багатогранною культурною спадщиною:

- Пісня Щедрик, яка є найвідомішою в світі різдвяною піснею
- АН-225 «Мрія»
- Найглибше метро «Арсенальна»
- Екологічно чисте паливо
- Найдовший музичний інструмент – трембіта
- Автор однієї з перших конституцій - український політичний діяч Пилип Орлик [4].

Діджиталізація держави – це одна з новітніх реформ, що дозволила прирівняти електронні паспорти до паперових. Був реалізований масштабний проект, який створив «державу у смартфоні». Дія має багато різноманітних можливостей: паспорт, студентський, картка платника податків, реєстрація ТОВ, усиновлення: реєстрація кандидатом, COVID- сертифікати та багато іншого [6].

8 квітня 2022 року агенція Vanda разом із Міністерством цифрової трансформації України запустили внутрішню та міжнародну рекламну кампанію про українську сміливість. Її основним закликом стало гасло «Be brave like Ukraine». В її рамках білборди присвячені відвазі наших громадян вже з'явилися в більш ніж 15 країнах світу [3].

Місією проекту є — зафіксувати та поширити асоціацію «Україна = сміливість». Зокрема, акцент зроблено на те, щоб українці «не розгубили сміливість перших тижнів війни». Розробники зазначають, що мета міжнародної кампанії – поділитися сміливістю зі світом і створити імідж країни, де живуть сміливі люди, сміливі бізнеси та сміливі ідеї [2].

В рамках проекту, Vanda разом із з Офісом Президента та Урядом зробили сміливість головним сенсом України. Брендувати сміливість вирішили знаком – українським тризубом [2].

«Нам було важливо знайти меседж, який буде максимально ефективним як зараз, так і в майбутньому. Що краще резонує, що додасть усім сил і підніме бойовий дух? Без сумнівів це українська сміливість. Без неї не буде нашої

свободи, не буде нашої країни... І сьогодні українська сміливість безпрецедентна. Сміливість військових, сміливість простих людей, сміливість наших міст. Жодна країна у світі не готова воювати з Росією. А Україна воює і воює успішно. Зараз увесь світ захоплюється українською сміливістю — ми повинні це закріпити та залишити за Україною назавжди. Це наша ДНК, наш національний ресурс. Тепер усі знають, що сміливість — це бути Україною», — коментує засновник агенції Vanda Паша Вржещ [2].

Ідея авторів проекту була в тому, щоб навіть попри війну підтримати людей, які залишаються в Україні, посприяти формуванню відповідного іміджу країни на міжнародній арені.

З 24 лютого, на шпальтах різних іноземних ЗМІ, особливу увагу приділяють Україні. Впізнаність нашої держави стрімко йде вгору. Вже досить відомі та закріплені вислови : «Слава Україні!» «Русській воєнний корабль, ...», «Скажи, паляниця», «Доброго вечора, ми з України».

Можна дійти висновку, що український бренд показує світові свою значимість завдяки неповторній історичній та культурній спадщині, розпочатої урядом кампанії «Ukraine NOW», діджиталізації державного управління, євроінтеграційного шляху та проекту «Be brave like Ukraine». Повномасштабне вторгнення Російської Федерації в Україну, продемонструвало, всю силу та незламність духу держави. Коли закінчиться війна, то Україна буде тільки вдосконалюватися та рости.

Список літератури

1. «Презентовано новий бренд України» — Ukraine Now // [Електронний доступ] -- <https://telegraf.design/news/prezentovano-novij-brend-ukrayini-ukraine-now/>
2. «Сміливість – торгова марка України». Vanda й Мінцифри запустили міжнародну рекламну кампанію // [Електронний доступ] - <https://ain.ua/2022/04/09/smilyvist-torgova-marka-ukrayiny/>
3. Сміливість – тепер це бренд України // [Електронний доступ] - <https://thedigital.gov.ua/news/v-ukraini-zapustili-proekt-pro-golovniy-natsionalniy-resurs-smilivist>
4. «Топ-23 винаходи українців, які відомі у всьому світі» // [Електронний доступ] - https://tvoemisto.tv/news/top23_vynahody_ukraintsiv_yaki_vidomi_u_vsomu_sviti_65697.html
5. Шевченко О. В. IP-технології в міжнародних відносинах (європейський досвід та перспективи України): Монографія / О. В. Шевченко. – К. : Центр вільної преси, 2003. - 187 с.
6. «Що таке додаток «Дія» та як ним користуватися» // [Електронний доступ] - <https://finance.ua/ua/saving/cho-takoe-diya>
7. «Ukraine NOW. Новий брендинг України» // [Електронний доступ] -- <http://www.adme.ua/dizajn/ukraine-now-novij-brening-ukrayini-129221/>