



УДК 352:351.88

[https://doi.org/10.52058/3041-1254-2024-10\(10\)-559-569](https://doi.org/10.52058/3041-1254-2024-10(10)-559-569)

Мазур Геннадій Федорович доктор економічних наук, професор, професор кафедри управління та адміністрування, КЗВО «Вінницька академія безперервної освіти», м. Вінниця, тел.: (0432) 55-65-68, <https://orcid.org/0000-0002-5061-1817>

МІЖНАРОДНИЙ ІМІДЖ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

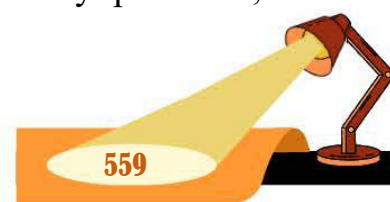
Анотація. Здійснена спроба дослідити в умовах війни стан і механізм формування іміджу в Україні на міжнародній арені. Повномасштабна війна, розв'язана російською федерацією, викликала безпрецедентні виклики як для самої України, так і для всього світового співтовариства. В умовах воєнного стану питання формування та підтримки позитивного міжнародного іміджу нашої держави набуває особливої актуальності та значущості.

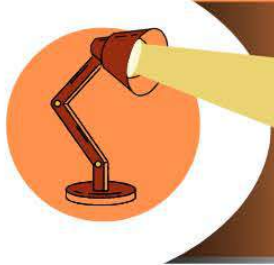
Формування міжнародного іміджу – це складний та багатогранний процес, що вимагає скоординованих зусиль різних державних інституцій, громадянського суспільства, бізнесу та медіа. Особливо важливим є здатність оперативно реагувати на інформаційні виклики, ефективно спростовувати фейки та пропаганду, а також презентувати світу правдиву інформацію про Україну, її героїчну боротьбу за свободу та незалежність, а також її культурно-історичну спадщину та інноваційний потенціал.

Важливим аспектом формування позитивного іміджу України в умовах війни є налагодження ефективної комунікації з міжнародною спільнотою, встановлення стратегічних партнерств та зміцнення солідарності з країнами-союзниками. Це дозволяє не лише отримувати необхідну військову, економічну та гуманітарну допомогу, а й посилювати міжнародний тиск на агресора, залучати ресурси для відбудови країни та її реінтеграції до світового економічного та політичного простору.

Разом з тим, відновлення та зміцнення міжнародного іміджу України має відбуватися і в внутрішньому вимірі – через консолідацію українського суспільства, розвиток національної ідентичності та гордості, підвищення рівня патріотизму та громадянської активності. Лише за умови єдності, стійкості та силі духу українського народу міжнародний імідж нашої держави зможе набути справді позитивних обрисів та стати потужним інструментом захисту та розвитку України.

Ключові слова: держані органи, повоєнного відновлення, імідж, публічне управління, механізм держави, повоєнна трансформація, державне управління,





міжнародний імідж країни, бренд регіонів, іміджева політика держави, національна самосвідомість, публічна політика.

Mazur Gennady Fedorovich Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Management and Administration, Vinnytsia Academy of Continuing Education, Vinnytsia, tel.: (0432) 55-65-68, <https://orcid.org/0000-0002-5061-1817>

INTERNATIONAL IMAGE OF UKRAINE UNDER MARTIAL STATE

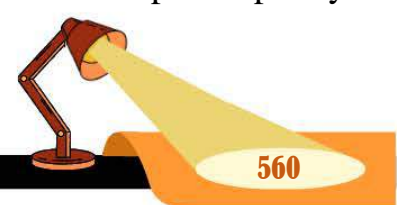
Abstract. An attempt has been made to investigate the state and mechanism of image formation in Ukraine in the international arena in wartime. The full-scale war unleashed by the Russian Federation has caused unprecedented challenges both for Ukraine itself and for the entire world community. In the conditions of martial law, the issue of forming and maintaining a positive international image of our state acquires particular relevance and significance.

The formation of an international image is a complex and multifaceted process that requires coordinated efforts of various state institutions, civil society, business and the media. Of particular importance is the ability to promptly respond to information challenges, effectively refute fakes and propaganda, and present to the world truthful information about Ukraine, its heroic struggle for freedom and independence, as well as its cultural and historical heritage and innovative potential.

An important aspect of forming a positive image of Ukraine in wartime is the establishment of effective communication with the international community, the establishment of strategic partnerships and the strengthening of solidarity with allied countries. This allows not only to receive the necessary military, economic and humanitarian assistance, but also to increase international pressure on the aggressor, to attract resources for the reconstruction of the country and its reintegration into the world economic and political space.

At the same time, the restoration and strengthening of the international image of Ukraine must also take place in the internal dimension - through the consolidation of Ukrainian society, the development of national identity and pride, an increase in the level of patriotism and civic activism. Only under the condition of unity, stability and strength of spirit of the Ukrainian people will the international image of our state be able to acquire truly positive outlines and become a powerful instrument for the protection and development of Ukraine.

Keywords: state bodies, post-war reconstruction, image, public administration, state mechanism, post-war transformation, public administration, international image of the country, brand of regions, image policy of the state, national identity, public policy.





Постановка проблеми. Сучасний світ переживає складні часи, позначені низкою глобальних викликів та загроз. Серед них особливо гострою є проблема збереження міжнародного іміджу України в умовах воєнного стану. Питання збереження позитивного іміджу України на світовій арені набуває особливої актуальності, оскільки формування сприятливого зовнішнього іміджу є ключовим чинником зміцнення міжнародних позицій країни, її економічного розвитку та національної безпеки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням іміджу в умовах воєнного стану є складним питанням, яке досліджували вітчизняні і закордонні науковці, так як: Н. Іщенко, С. Білан, Г. Ковальський, О. Висоцький, С. Галака, М. Гончар, В. Горбулін, О. Гришуткін, Т. Грант, Б. Гуменюк, Р. Дікенсон, Л. Дорош, К. Зарембо, М. Золкін, Г. Ковальський, М. Кравченко, Р. Кривонос, В. Кулик, К. Кройтор, Є. Магда, Г. Перепелиця, В. Філіпова, С. Солодкий, В. Стрілець, Г. Федорова, В. Білецький, та інших.

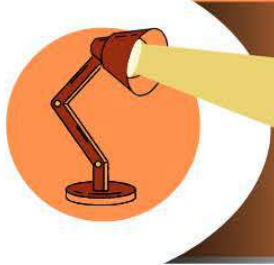
Мета статті є вивчення та аналіз іміджу України після повномасштабного вторгнення росії. Адже, коли країна перебуває в стані війни, вона не лише потребує допомоги, а її імідж постає актуальним і вагомим на світовій арені.

Виклад основного матеріалу. Повномасштабна військова агресія Російської Федерації проти України, що розпочалася 24 лютого 2022 року, кардинально вплинула на міжнародний імідж нашої держави. Протягом останнього року Україна опинилася в надзвичайно складній геополітичній ситуації, яка вимагає рішучих дій та ефективної комунікаційної стратегії для формування позитивного сприйняття країни на міжнародній арені. Аналіз публікацій щодо міжнародного іміджу України в умовах воєнного стану є важливим завданням, що дозволить визначити ключові тенденції, виявити проблемні аспекти та окреслити перспективні напрями для подальшого поліпшення зовнішнього іміджу України.

Протягом року війни Україна опинилася в центрі уваги світової спільноти, що суттєво вплинуло на її міжнародний імідж. З одного боку, українці продемонстрували безпрецедентну мужність, стійкість та здатність до самоорганізації в умовах воєнної агресії, що викликало загальне захоплення та повагу у світі. Українські військові, політичні лідери та пересічні громадяни стали справжніми героями, чії дії та вчинки активно висвітлювалися в міжнародних ЗМІ.

З іншого боку, агресія росії, яка супроводжувалася масовими порушеннями прав людини, військовими злочинами та фактичним геноцидом українського населення, значно погіршила міжнародний імідж Росії як держави-агресора. Це, у свою чергу, сприяло посиленню позицій України на міжнародній арені та зміцненню її підтримки з боку західних країн.





Міжнародний імідж України є складним, багатокомпонентним феноменом, що акумулює в собі сукупність уявлень, переконань, стереотипів, емоцій та асоціацій, які склалися у світової спільноти щодо України. Він включає в себе оцінку природно-географічних, соціально-економічних, політичних, культурних, історичних та інших характеристик країни. Позитивний імідж дозволяє Україні посилити свій вплив на міжнародній арені, заручитися підтримкою провідних світових гравців, залучити іноземні інвестиції, розширити можливості для культурної, наукової та освітньої співпраці.

Водночас, нинішній воєнний стан в Україні, спричинений збройною агресією Російської Федерації, значно ускладнює завдання формування сприятливого міжнародного іміджу. Збройна агресія Росії, яка розпочалася 24 лютого 2022 року, спричинила значні людські втрати, руйнування інфраструктури, економічні збитки та гуманітарну кризу в Україні. Це у свою чергу негативно відображається на сприйнятті України світовою спільнотою.

Для протидії цьому Україна проводить активну інформаційну та дипломатичну кампанію з метою формування позитивного іміджу на міжнародній арені. Уряд України та українські громадські організації залучають значні зусилля для висвітлення правди про російську агресію, демонстрації героїзму українського народу та непохитності його волі до перемоги. Значна увага приділяється залученню підтримки з боку провідних держав світу, міжнародних організацій та впливових громадських діячів. Цьому сприяє й активна дипломатична діяльність України, спрямована на зміцнення співробітництва з ключовими партнерами в політичній, економічній, культурній та гуманітарній сферах.

Відомий вітчизняний науковець С. Віднянський зазначає, що російсько-українська війна 2014–2022 рр. продемонструвала неефективність діяльності міжнародних організацій та інституцій, зокрема, ООН та ОБСЄ, які повинні були попередити цю війну і не спромоглися зробити цього, а отже вони, безумовно, потребуватимуть глибокого реформування й оновлення миротворчої діяльності відповідно до нових загроз і викликів глобального світу, що трансформуються на наших очах [1. с. 17].

Важливу роль у формуванні позитивного іміджу України відіграє також активна інформаційна політика, спрямована на протидію російській пропаганді та дезінформації. Українська влада та громадськість докладають значних зусиль для забезпечення достовірного інформування міжнародної спільноти про реальну ситуацію в країні, спростування брехливих тверджень Кремля та донесення до світу правди про російську агресію.

На думку, Н. Кінаш нині ми стикаємось із найсерйознішими викликами міжнародній безпеці: агресивні війни, насильство, можливість застосування ядерної, радіологічної, хімічної та біологічної зброї, тероризм. Ці міжнародні загрози перетинають національні кордони, вони взаємопов'язані й повинні





усуватися на всіх рівнях: міжнародному, міжнародно-регіональному та національному. Зусилля будь-якої держави забезпечити одноосібну безпеку з питань протидії цим загрозам приречені, оскільки лише колективні зусилля усіх учасників міжнародного політичного процесу здатні нейтралізувати їх. Саме тому, сьогодні, як ніколи раніше, у світі зростає визнання необхідності в розширеній концепції міжнародної безпеки та змістовно-функціональному реформуванні міжнародних безпекових структур [2, с. 564].

Слід зазначити, що ключову роль на міжнародній арені має імідж України, який залежить від багатьох факторів, зокрема, це:

1) демократія та реформи. Україна, як незалежна держава, активно працює над зміцненням демократичних інститутів та проведенням економічних та політичних реформ. Це може сприйматися як позитивний елемент у міжнародних відносинах та впливати на імідж країни;

2) геополітичне положення. Передусім, Україна розташована поряд з ЄС, що надає їй важливе стратегічне значення в контексті міжнародних відносин та геополітичних процесів.

3) реформи та боротьба з корупцією. Протягом багатьох років наша країна здійснює значні кроки у впровадженні реформ та боротьбі з корупцією, проте це може виявитися довготривалим процесом;

4) гуманітарна допомога та миротворчі операції. До війни Україна брала участь у гуманітарних місіях та миротворчих операціях під егідою ООН та інших міжнародних організацій. Це також може сприяти позитивному сприйняттю країни та впливати на її імідж як миролюбної нації [3, с. 90].

Водночас, для ефективного формування позитивного іміджу України в умовах воєнного стану, необхідно вирішити низку ключових завдань:

1. Забезпечення ефективної координації та взаємодії між органами державної влади, громадськими організаціями та медіа у сфері іміджевої політики.

2. Розробка та реалізація системної стратегії просування позитивного іміджу України на міжнародній арені, з урахуванням специфіки різних цільових аудиторій.

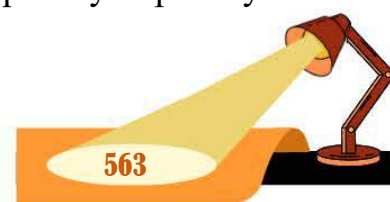
3. Залучення додаткових ресурсів та налагодження ефективної співпраці з міжнародними партнерами у сфері іміджевої політики.

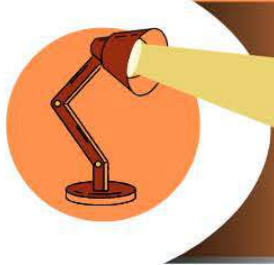
4. Посилення інформаційної безпеки та протидія російській пропаганді й дезінформації.

5. Підвищення ефективності культурної дипломатії України, популяризація її унікальної культурної спадщини та досягнень на світовій арені.

Аналіз публікацій свідчить, що міжнародний імідж України в умовах воєнного стану характеризується такими ключовими тенденціями:

Україна як жертва російської агресії та борець за свободу й демократію. Численні публікації у провідних світових ЗМІ висвітлюють героїчну боротьбу





українського народу проти навали російських окупантів, які прагнуть знищити суверенітет та незалежність України. Ця тема знаходить широкий резонанс у світі, викликаючи співчуття та підтримку для України.

Україна як зразок стійкості та волі до перемоги. Образ України як країни, яка попри всі складнощі та втрати, демонструє непохитну рішучість у протистоянні російській агресії, став однією з ключових складових її міжнародного іміджу. Світ захоплюється самовідданістю українців, їхньою здатністю до самоорганізації та консолідації суспільства.

Україна як бастион європейських цінностей. Війна в Україні переконливо довела, що українці сповідують ті самі демократичні та ліберальні цінності, що й їхні європейські партнери. Це суттєво зміцнює позиції України як невід'ємної частини європейського співтовариства, що прагне інтеграції до ЄС.

Україна як "лабораторія" для випробування нових технологій та підходів до ведення війни. Конфлікт в Україні став своєрідним полігоном для апробації сучасних військових технологій, зокрема безпілотників, кібератак, інформаційних операцій тощо. Це формує додаткову увагу міжнародної спільноти до України як до важливого стратегічного гравця.

Україна як приклад гуманітарної катастрофи та наслідків російської агресії. Публікації, присвячені масштабним руйнуванням, людським жертвам та біженцям, що стали наслідками війни, сприяють підвищенню рівня співчуття до України та розуміння необхідності надання їй всебічної допомоги.

Водночас аналіз публікацій виявляє й певні проблемні аспекти міжнародного іміджу України:

- Недостатня комунікація української влади зі світовою спільнотою. Попри загальну позитивну динаміку, Україна не завжди здатна ефективно доносити свою позицію та пріоритети до міжнародної аудиторії.
- Фокусування уваги світових ЗМІ на окремих аспектах, таких як військові дії, руйнування, гуманітарні наслідки, при недостатньому висвітленні соціально-економічних, культурних та інших сфер життя України.
- Збереження у свідомості частини світової громадськості застарілих стереотипів про Україну як корумповану, нестабільну та непередбачувану державу, які не відповідають сучасній реальності.

Цурканова Ірина стверджує, чому Україна досі не є членом Європейського Союзу? На її думку, існує багато причин, і вона виділяє декілька з них та пояснює:

По-перше, це довготривалий процес інтеграції. А вступ до ЄС – це якраз і є складним процесом, який вимагає виконання ряду критеріїв та умов. Україна, як країна-кандидат, повинна пройти через ряд реформ, щоб відповідати політичним, економічним, правовим та іншим стандартам ЄС.

По-друге, стан реформ. Хоча Україна здійснює реформи з метою наближення до європейських стандартів, процеси виявляються складними та





потребують більшої системності та послідовності. Прогрес досягнуто у таких сферах, як боротьба з корупцією, правова система та децентралізація, проте є питання, які ще потребують уваги.

По-третє, геополітична ситуація. Крім внутрішніх реформ, інтеграція України до ЄС також залежить від зовнішньополітичної ситуації та взаємовідносин з іншими країнами. Конфлікт на сході України та анексія Криму спричинили значні виклики для її європейської інтеграції ще у 2014 році, а у 2022 лише загострили цю проблематику.

По-четверте, внутрішні фактори. До початку повномасштабного російського вторгнення в Україну деякі партії мали різні погляди на шлях розвитку країни та її відносини з ЄС. Однак на сьогодні питання євроінтеграції вже мають інші погляди на предмети внутрішньополітичної дискусії [3, с.89].

Важливою проблемою входження України до ЄС є подолання корупції. Тож окремої уваги потребує Індекс сприйняття корупції. Transparency International в 1995 році розробили Індекс сприйняття корупції (Corruption Perceptions Index). У 2022 році із 180 країн Україна посіла 116 місце. За даними дослідження, 23 % громадян за останній рік були вимушені виконати корупційні діяння в обмін на публічний сервіс. Самий низький рівень сприйняття корупції в Данії, Фінляндії, Новій Зеландії, Норвегії, Сінгапурі, Швеції, Швейцарії, Нідерландів, Люксембургу, Німеччині, Англії та Гонконгу. Місце України у сприйнятті корупції між Габоном та Свазилендом. Причинами, які спричиняють корупцію дослідники вбачають на прикладі деяких країн Близького Сходу та в Північній Африці, де інтереси небагатьох заможних людей домінують у політичній та приватній сфері разом з обмеженням громадянських та політичних прав людини [4].

Індекс процвітання (The Legatum Prosperity Index) був створений лондонським аналітичним центром - Legatum Institute, для подолання шляху від бідності до процвітання. Україна в 2023 році отримує позицію на 74 сходинці, поміж 167 країн. Україна в даному рейтингу, займає позицію між В'єтнамом та Південною Африкою. Найнижчими показники, що знижують рейтинг є безпека та навколишнє середовище. Найкращим показником виступає освіта - 40 місце. Укладачі рейтингу відзначили Україну як державу, яка отримала найвищий показник покращення в цьому рейтингу за 2021 рік серед всіх інших країн. Тобто, до повномасштабного вторгнення Україна, не дивлячись на війну на Сході, покращила свій рейтинг. Традиційно, скандинавські країни займають найвищі місця. За різними індикаторами Сінгапур отримав перше місце в рівні освіти; за рівнем безпеки та свободи лідирує Норвегія; за соціальним капіталом - Данія; природним середовищем - Швеція; уряд (відсутність корупції) - Фінляндія; економічні показники - Швейцарія; а за умовами для життя - Нідерланди [5].



Останні дослідження Індексу людського розвитку (Human Development Report), створеними програмою розвитку ООН дослідили, що Україна зайняла 77 місце серед усіх держав. У класифікації людського розвитку Україна входить у високий показник. «З 1990 по 2021 рік очікувана тривалість життя при народженні в Україні змінилася на 1,8 року, середня тривалість навчання в школі – на 1,9 року, а очікувана тривалість навчання - на 2,6 року. З 1990 по 2021 рік ВНД на душу населення в Україні змінився приблизно на -21,0 відсотка» [6].

Україна останнє десятиліття стала асоціюватися з креативністю, розвиненим ІТ-сектором через міжнародні нагороди, які визначають успіхи українських креативних компаній. Однією з престижних французьких нагород у сфері реклами є Канські леви (Cannes Lion), якою нагородили українські проекти. Бронзового канського лева в номінації Spatial & Sculptural Exhibitions and Experiences отримала ідея Saatchi & Saatchi Ukraine. За допомогою дронів до монументу «Батьківщина-Мати» прикріпили веселковий прапор, що ще раз підкреслює відхід від радянського минулого до сучасних західних цінностей - свободи та толерантності. Wanda Agency здобула першого срібного лева для 61 України в номінації створення нового бренду, створивши логотип Чорнобиля. Ідея логотипу полягає в тому, що з кожним роком вплив Чорнобильської катастрофи зменшується. Форму для логотипа взяли з зображення четвертого реактору: «Увесь брендинг змінюється щороку та робить час головним героєм історії». Vickerstaff.734 отримали бронзу в цій же номінації за брендинг острова Хортиця. Центральна ідея брендингу в тому, що це місце зародження українського духу. Програма «Великого будівництва» в 2021 році спроектувала свої зусилля над брендом Хортиці. Логотипом є перша буква назви острова-Х [8].

Привабливість держави, за думкою Дж. Ная, також реалізується за допомогою: «офіційної публічної дипломатії; радіо і телемовлення; програмами обмінів; різного роду гуманітарних операцій, які передбачають ліквідацію наслідків стихійних лих, воєн і збройних конфліктів» [192]. Тож це є проявом «м'якої сили», використовуючи яку, держави стають відомими та «хорошими», в очах інших. Тобто, це є інструментами розумної сили, які використовують держави для отримання престижності.

І. Фань вважає, що для успішного іміджу держави важливі фінансові ресурси та ноу-хау [9, с. 15]. Ноу-хау - це особливість держави та вплив вихідців цієї держави на весь світ. Сама ідея поєднання економічної міцності та певної «ідеї» прийнятною для суспільства, і є проявом розумної сили. Щодо фінансових ресурсів, то дисертант висловлює іншу думку – так як фінансова складова держав важлива, але практично, держава, яка володіє фінансовими ресурсами та пронизана корупцією та авторитаризмом – не досягає успіху як держава з позитивним іміджем. Політична воля та громадянське суспільство має вирішальну роль у побудові позитивного іміджу держави. Бо бажання



жити у своїй державі та її удосконалювати є тими рушійними силами, що захоплюють інших, викликаючи інтерес. Однак фактор вкладання грошових активів у конструювання іміджу існує. Позитивний імідж держави та гарне сприйняття коштують деяким державам мільярдів доларів. Статистика застаріла, однак оцінка грошових вкладів демонструє масштаб вкладів бюджетних коштів. «Країни щорічно витрачають мільярди доларів на залучення інвестицій, туристів і бізнесу. Наприклад, США щорічно витрачають на публічну політику й просування свого іміджу за кордон приблизно 1,4 млрд. Дол. США, Великобританії і Німеччини-близько 1,2 66 млрд. Дол. США, а Франція-близько 3,1 млрд. дол. США» [10].

Висновок. Підсумовуючи, можна зазначити, що міжнародний імідж України протягом року війни зазнав суттєвих трансформацій. З одного боку, Україна постала перед світом як держава, яка самовіддано бореться за власну свободу та демократичні цінності, демонструючи приклад стійкості та волі до перемоги. Це суттєво зміцнило її позиції на міжнародній арені та сприяло посиленню підтримки з боку західних партнерів.

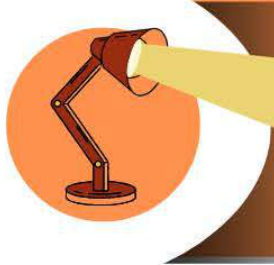
З іншого боку, Україні необхідно й надалі працювати над вдосконаленням комунікаційної стратегії, розширенням охоплення та змістового наповнення інформаційних повідомлень, спрямованих на міжнародну аудиторію. Важливо також системно протидіяти збереженню застарілих стереотипів, що не відповідають сучасній дійсності. Лише комплексний підхід до формування позитивного міжнародного іміджу, з урахуванням уроків і досвіду першого року війни, дозволить Україні ще ефективніше реалізовувати свої стратегічні зовнішньополітичні пріоритети.

Збереження та зміцнення позитивного міжнародного іміджу України в умовах воєнного стану є комплексним, багаторівневим та надзвичайно важливим завданням. Його реалізація потребує скоординованих зусиль органів державної влади, громадськості та міжнародних партнерів. Лише спільними зусиллями можливо протистояти руйнівному впливу російської агресії на сприйняття України у світі та сформувати її привабливий, конкурентоспроможний образ.

Забезпечення ефективного просування позитивного іміджу України на міжнародній арені сприятиме зміцненню її міжнародних позицій, залученню інвестицій та підтримки світової спільноти, а також стане важливим фактором захисту національних інтересів та відновлення територіальної цілісності України.

Індекс процвітання (The Legatum Prosperity Index) був створений лондонським аналітичним центром - Legatum Institute, для подолання шляху від бідності до процвітання. Україна в 2023 році отримує позицію на 74 сходинці, поміж 167 країн. Україна в даному рейтингу, займає позицію між В'єтнамом та Південною Африкою. Найнижчими показники, що знижують





рейтинг є безпека та навколишнє середовище. Найкращим показником виступає освіта - 40 місце. Укладачі рейтингу відзначили Україну як державу, яка отримала найвищий показник покращення в цьому рейтингу за 2021 рік серед всіх інших країн. Тобто, до повномасштабного вторгнення Україна, не дивлячись на війну на Сході, покращила свій рейтинг. Традиційно, скандинавські країни займають найвищі місця. За різними індикаторами Сінгапур отримав перше місце в рівні освіти; за рівнем безпеки та свободи лідирує Норвегія; за соціальним капіталом - Данія; природним середовищем - Швеція; уряд (відсутність корупції) - Фінляндія; економічні показники - Швейцарія; а за умовами для життя - Нідерланди [5].

Література:

1. Віднянський, С. Україна – Європейський союз: новий етап взаємовідносин в умовах російсько-української війни 2014–2022 рр. Міжнародні зв'язки України: наукові пошуки і знахідки, 2022р С. 10-37
2. Кінаш, Н. Б. Міжнародна безпека як фактор формування національної безпеки України. Юридичний науковий електронний журнал. 2022. С. 562-564
3. Цурканова Ірина Імідж України в умовах війни та міжнародна політична підтримка //GRANI том 26 №3 2023 URL: <https://doi.org/10.15421/172353> (дата звернення 14.12.2024).
4. Transparency International (2021) Corruption Perceptions Index URL: <https://www.transparency.org/en/cpi/2021> (дата звернення 14.12.2024).
5. The Legatum Prosperity Index. Legatum Institute. (2023). URL: <https://prosperity.com/rankings?pinned=UKR&filter=> (дата звернення 14.12.2024).
6. Hrytsak J. (2015) Ukraine needs radical reforms not Soviet bans. The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/world/2015/sep/03/ukraine-sovietreforms-jaroslav-gritsak> (дата звернення 14.12.2024).
7. Wonderzine.ua-Instagram account, (22.06.2022) URL: <https://www.instagram.com/p/CfG5VesNO4M/> (дата звернення: 15.12.2024)
8. Nye J. (2006) Think Again: Soft Power. Foreign Policy
9. Fan Ying. (2008) SOFT POWER: POWER OF ATTRACTION OR CONFUSION? Place Branding and Public Diplomacy 4:2, 147-158, URL: <https://bura.brunel.ac.uk/bitstream/2438/1594/3/FullText.pdf> (дата звернення 15.12.2024).
10. Marples David R.. Brand Ukraine. (2008) National Branding info. URL: <http://nationalbranding.info/2008/05/07/brand-ukraine/> (дата звернення 14.12.2024).

References:

1. Vidnianskyi, S. (2022) Ukraina – Yevropeiskyi soiuz: novyi etap vzaiemovidnosyn v umovakh rosiisko-ukrainskoi viiny 2014–2022 rr. [Ukraine – European Union: a new stage of relations in the context of the Russian-Ukrainian war of 2014–2022.]. *Mizhнародni zviazky Ukrainy: naukovi poshuky i znakhidky*, P. 10-37 [in Ukrainian].
2. Kinash, N. B. (2022) Mizhнародna bezpeka yak faktor formuvannia natsionalnoi bezpeky Ukrainy. [Міжнародна безпека як фактор формування національної безпеки України.]. *Yurydychnyi naukovyi elektronnyi zhurnal*. P. 562-564 [in Ukrainian].
3. Tsurkanova Iryna Imidzh (2023) Ukrainy v umovakh viiny ta mizhнародna politychna pidtry [Ukraine's image in wartime and international political support] //GRANI том 26 №3 URL: <https://doi.org/10.15421/172353> [in Ukrainian].





4. Transparency International (2021) Corruption Perceptions Index URL: <https://www.transparency.org/en/cpi/2021>
5. The Legatum Prosperity Index. Legatum Institute. (2023). URL: <https://prosperity.com/rankings?pinned=UKR&filter=>
6. Hrytsak J. (2015) Ukraine needs radical reforms not Soviet bans. The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/world/2015/sep/03/ukraine-sovietreforms-jaroslav-gritsak> [in Ukrainian].
7. Wonderzine.ua-Instagram account, (22.06.2022) URL: <https://www.instagram.com/p/CfG5VesNO4M/>
8. Nye J. (2006) Think Again: Soft Power. Foreign Policy
9. Fan Ying. (2008) SOFT POWER: POWER OF ATTRACTION OR CONFUSION? Place Branding and Public Diplomacy 4:2, 147-158, URL: <https://bura.brunel.ac.uk/bitstream/2438/1594/3/FullText.pdf>
10. Marples David R.. Brand Ukraine. (2008) National Branding info. URL: <http://nation-branding.info/2008/05/07/brand-ukraine/>

