

Важливим кроком є створення міжнародної групи у складі Литви, Польщі та України, яку координує Агентство Європейського Союзу зі співробітництва у сфері кримінального правосуддя, і в якій братиме участь Офіс прокурора МКС.

Наразі робочою групою обговорюються кілька моделей майбутнього міжнародного військового трибуналу. Це:

- 1) багатостороння угода (Нюрнберзька модель);
- 2) гібридний суд за угодою між Україною та ООН на підставі резолюції Генеральної Асамблеї (за мотивами Спеціального суду для Сьєрра-Леоне);
- 3) гібридний суд за угодою між Україною та ЄС;
- 4) гібридний суд за угодою між Україною та Радою Європи.

ЛІТЕРАТУРА

1. European Parliament resolution on the fight against impunity for war crimes in Ukraine (2022/2655(RSP))

URL: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/B-9-2022-0283_EN.html

2. STATEMENT. CALLING FOR THE CREATION OF A SPECIAL TRIBUNAL FOR THE PUNISHMENT OF THE CRIME OF AGGRESSION AGAINST UKRAINE. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/files/a/a/aad78ad-combined-statement-and-declaration-1-.pdf>

УДК 327.019.5

Патряк О.Т.

*кандидат економічних наук, ст. викладач кафедри
інформаційної та соціокультурної діяльності
Західноукраїнський національний університет*

ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО ІМІДЖУ УКРАЇНИ ЗА КОРДОНОМ

У сучасному світі, де інформаційна потужність часто визначає конкурентні переваги країни, позитивний імідж країни стає питанням стратегічного значення, адже країни світу конкурують між собою за інвестиційний та людський капітал, приваблюючи туристів та генеруючи ставлення глобального суспільства до себе. При цьому інформаційна експансія та поширення власного позитивного іміджу є непростим питанням, адже і у інформаційному просторі ведеться геоекономічна боротьба. При цьому охоплення поширення інформації про країну нині шалене – від найвищого рівня дипломатії до стрічок новин пересічного користувача смартфона.

У соціології, економіці та політиці «ім'я» держави отримало назву національного бренду – стійких (відносно) асоціацій щодо неї. За словами К.В. Шиманської та М.А. Миронюк, «в такому інтенсивному ритмі, щоб не

залишитися «за бортом» світової спільноти, країни мають генерувати нові підходи для свого соціально-економічного розвитку, вміти належним чином позиціонувати себе, просувати свої активи на всіх видах ринку та формувати унікальний конкурентний національний бренд» [3, с. 18]. Тут слід звернутися до визначення, яке дає Всесвітня організація туризму (World Tourism Organization, UNWTO). Його приводить у своєму дослідженні А.Д. Штельмашенко: «бренд країни – це сукупність емоційних і раціональних уявлень, що є результатом зіставлення всіх ознак країни, власного досвіду й чуток, які впливають на створення певного образу» [4]. Тому вважаємо за доцільне розглядати національний імідж в контексті поняття «національного бренду».

До лютого 2022 року позиції України з різним успіхом змінювалися у міжнародних індексах та рейтингах, що значно впливало і на її сприйняття туристами, інвесторами, міжнародними організаціями та іншими суб'єктами міжнародних економічних відносин. Більшість інвесторів, які в процесі ухвалення інвестиційного рішення, довіряють інформації міжнародних рейтингових агенцій, аналізували досить широкий спектр показників України, зокрема в частині економічної свободи, політичної стабільності, інституційної зрілості економіки та її структурного потенціалу. А тому втрата Україною своїх позицій у міжнародних індексах і рейтингах знижувала її привабливість для міжнародної бізнес-спільноти та інвесторів, говорячи про досить негативний національний імідж.

Що нині формує імідж України у світі? Ще пів року назад, серед асоціативних слів можна було назвати «корупція» та «Чорнобиль». Але не сьогодні. Як пише видання NBC News Digital, «три місяці тому президент України Володимир Зеленський був все більш непопулярним лідером однієї з найбідніших країн Європи. Сьогодні він став символом битви між демократією та авторитаризмом – тим, хто продовжує підштовхувати світ, щоб утримувати його увагу на війні, яка вже вбила тисячі й якій не видно легкого кінця» [1]. Українські журналісти колективно отримали найпрестижнішу Пулітцерівську премію у галузі літератури, журналістики, музики і театру [2]. Хоча ще нещодавно, нашу незалежну протягом 30 років державу доводилося показувати на карті і говорити про те, що то «не росія». На жаль, саме трагічні події призвели до того, що Україну та українців почали впізнавати та поважати, адже український президент впевнено «крокує» до титулу людини року за версією Times, у київському метро організують концерти культові музичні виконавці, а український прапор став символом непереможності та завзятості у боротьбі за свободу. Це лише окремі свідчення того, що уявлення світу про українців були в один день трансформовані, на жаль, трагічними подіями.

Проте тепер Україна асоціюється з виключним героїзмом як українських військових, так і мужністю самого народу України, відданістю демократичним

цінностям, прагненням цивілізованого європейського життя та повагою до прав людини всередині держави.

Формування іміджу України, на нашу думку, слід базувати на концепції брендингу територій (вона може бути застосована як для просування міст, так і для просування навіть регіонів та цілих держав). Сьогодні цей підхід, що має саме маркетинговий характер, буде все більш актуальним, адже національна самобутність України може стати тим продуктом, брендинг якого слід здійснювати. Звісно, такий продукт є специфічним, проте, саме ця специфіка визначатиме «унікальну ціннісну пропозицію», яка може просуватися у світі – і на міжнародних ринках («Україна як виробник»), і на культурно-мистецьких заходах («Україна як колыска унікальної культури»), і на рівні представницької дипломатії («Україна як надійний стратегічний партнер»).

Проте, попереду значна робота з відтворення у людській свідомості по всьому світі образу вільної, незалежної, самобутньої, мирної та сучасної України. Проте, пройти цим шляхом доведеться, мабуть ще і наступному поколінню українців.

ЛІТЕРАТУРА

1. How Ukraine's Volodymyr Zelenskyu became a global phenomenon / NBC News Digital. URL: <https://www.nbcnews.com/news/world/volodymyr-zelenskyu-become-global-phenomenon-rcna24355>
2. Данилов О. Усі українські журналісти отримали Пулітцерівську премію. *Mezha*. URL: <https://mezha.media/2022/05/10/usi-ukrainski-zhurnalisty-otrymaly-pulittserivsku-premiu/>
3. Шиманська К.В., Миронюк М.А. SWOT-аналіз національного бренду в контексті конкурентоспроможності України на світових ринках. *Агросвіт*. 2021. № 4. С. 17-23.
4. Штельмашенко А.Д. Семантика терміна бренд держави в політології. *Політологічний вісник*. 2015. № 77. С. 233-242.

УДК 94 (477)

Martin Černek
PhDr., Ing., Ph.D., MBA,
The PRIGO University (Czech Republic)

INTERNATIONAL DIPLOMATIC RELATIONS CZECH REPUBLIC - UKRAINE

The thesis deals with historical as well as current diplomatic relations between the Czech Republic and Ukraine. It is an analysis of certain historical, geographical social, economic, political and socio-cultural starting points of building international diplomatic