

«М'ЯКА СИЛА» ЯК ДІЄВИЙ ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖЕВОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

“SOFT POWER” AS AN EFFECTIVE TOOL FOR SHAPING UKRAINE’S IMAGE POLICY

Бікір К.Ю.,

аспірантка кафедри політології

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

У статті автор аналізує переваги й недоліки «м'якої сили» як інструменту формування іміджевої політики держави. Також розглядаються поняття «жорстка сила», «гнучка влада» та способи їх реалізації в реаліях сучасного світу. На прикладах здійснення політики «м'якої сили» Європейським Союзом, Францією та Росією, на базі їх досвіду прогноуються можливі способи використання цього інструменту Україною для створення позитивного іміджу.

Не лише розглянуто теоретичну базу дослідження «м'якої сили», а й подано широкий спектр прикладів, як саме різні світові держави використовують цей інструмент. Зокрема, детально розглядається й аналізується досвід України до наших днів.

Окрема увага приділяється значенню «м'якої сили» як ефективного та необхідного інструменту для держав, які стали учасниками збройного конфлікту. Автор наводить негативні наслідки нехтування цим інструментом та аргументує важливість використання «м'якої сили» для запобігання цим конфліктам і розв'язання їх.

Висвітлюється явище публічної дипломатії та вказуються переваги використання цього інструменту для побудови іміджу держави.

Також подано детальний аналіз інструментів «м'якої сили» не лише як засобу зовнішньополітичного впливу, а й насамперед як дієвого інструменту для держави у внутрішньополітичних процесах, адже побудова іміджу держави не може відбуватися лише на міжнародній арені.

Ефективна іміджева політика держави передбачає стратегічну та послідовну роботу передусім на внутрішньополітичній арені. Вона включає в себе побудову привабливого іміджу держави для її населення, брендинг території, активну взаємодію громадянського суспільства та держави, формування й підтримку стабільної ситуації в політиці та економіці держави. Розглянуто успішні, уже реалізовані на практиці приклади використання «м'якої сили» та подано конкретні способи розширення її арсеналу для сучасної України.

Ключові слова: «м'яка сила», «жорстка сила», іміджева політика держави, імідж держави, громадянське суспільство, територіальний брендинг.

In the article the author analyzes the advantages and disadvantages of “soft power” as a tool for shaping the state's image policy. The concepts of “hard power”, “soft power” and ways of their realization in the realities of the modern world are also considered. The European Union, France and Russia, on the basis of their experience of implementing soft power policies, have foreseen possible ways of using this tool by Ukraine to create a positive image.

It is important that the article not only discusses the theoretical basis of soft power research, but also provides a wide range of examples of how different countries use this tool. In particular, the experience of Ukraine to the present day is considered and analyzed in detail.

Particular attention is given to the importance of “soft power” as an effective and necessary tool for states that have become parties to an armed conflict. The author cites the negative effects of neglecting this tool and argues for the importance of using “soft power” to prevent and resolve these conflicts.

The article highlights the phenomenon of public diplomacy and outlines the benefits of using this tool to build the image of the state.

The article also provides a detailed analysis of soft power tools, not only as a means of foreign policy influence but, first and foremost, as an effective instrument for the state in internal political processes. After all, building the image of the state can not happen only in the international arena.

Effective image policy of the state implies strategic and consistent work, first of all, in the domestic political arena. It includes building an attractive image of the state for its population, branding territories, active interaction of civil society and the state, forming and maintaining a stable situation in the state's politics and economy. The article examines the successful examples of using “soft power” that have been put into practice and presents specific ways to expand its arsenal for modern Ukraine.

Key words: “soft power”, “hard power”, image policy of the state, image of the state, civil society, place branding.

Постановка проблеми. У сучасному світі й інформаційному просторі, як ніколи раніше, все більшого значення набувають символи, образи та іміджі. Успіх формування іміджу України на зовнішньополітичній арені багато в чому залежить від використання ресурсів «м'якої сили». До

того ж доцільно використовувати «м'яку силу» й у внутрішньополітичних процесах.

Для нинішньої політики загалом характерне переміщення політичного протистояння з традиційної арени «жорсткої сили», основаної на військовій силі, економічних санкціях і погрозах,

у вимір «м'якої влади» культури, образів та інформації. Саме тому актуальність побудови ефективної іміджевої політики держави зростає. Позитивний імідж держави та просування його через комунікаційні канали на міжнародній арені й усередині держави має бути основним пріоритетом для України.

Стратегічний і послідовний підхід до формування сучасного позитивного іміджу неможливий без виявлення ключових проблем уже наявної комунікаційної моделі, визначення нових сучасних цілей і напрямів, аналізу попередньої ідеї нового іміджу та способів його трансляції, чіткого інструментарію місцевого й загальнодержавного брендингу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Надзвичайно актуальним є питання формування позитивного іміджу України на міжнародній арені за допомогою інструментів «м'якої сили». Уже всім очевидний факт, що наявність певних ресурсів і сили не дають гарантії, що держава може ними ефективно скористатися на свою користь.

Зараз на міжнародній арені наочно можна побачити, що неефективність ресурсів впливу може бути якісно заміщена іншими інструментами. У дослідженнях ці процеси розглядають О.А. Семченко, В.П. Горбатенко, І.А. Василенко та інші науковці. Це вказує на актуальність теми, що зростає, і нагальність використання «м'якої сили» як інструменту державної іміджевої політики. У статті детально розглядатиметься інструмент «м'якої сили» як дієвий спосіб збільшення привабливості держави, на протигагу зброї чи іншим засобам «жорсткої сили».

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою дослідження є розгляд механізму використання «м'якої сили» у формуванні іміджевої політики держави на прикладі України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поняття «м'яка сила» або «м'яка влада» (російські вчені в деяких працях використовують «гнучка влада», тобто вчені ще не дійшли єдиного варіанта перекладу Soft Power) включає в себе комплекс переваг держави та ресурсів, які не входять до «жорсткої влади».

Що ж варто розуміти під поняттям «м'яка сила»? Як відомо, сам термін запропонував і ввів у науковий обіг у 90-х роках ХХ ст. американський політолог Джозеф Най.

Він на основі формули оцінювання сукупної державної сили Р.С. Клайна, яка ділить елементи державної міцності на дві групи: матеріальну й духовну, поділив державну силу на «жорстку» та «м'яку». Сама формула звучить так: $P = (C+E+M) \times (S+M)$, що означає «державна сила = (населення й територія + економічна сила + військова сила) помножена на (стратегічний задум + воля до здійснення державної стратегії)»

[1, с. 200]. Але коріння концепції «м'якої сили» можна відстежити ще в древніх китайських філософів, зокрема Лао Цзи.

Тож «м'яку силу» можна визначити як здатність держави впливати на світову громадську думку глибиною та привабливістю національної культури, умінням переконувати у своїй правоті й завойовувати симпатію різних верств громадськості зарубіжних країн [1, с. 200].

На протигагу йому, «жорстка сила» – це сукупність ресурсів держави та її здатність впливати на інші держави за допомогою військової сили, економічних санкцій і погроз.

Незважаючи на те що більшість урядів світу до сих пір роблять ставку на технології жорсткої сили та складність процесу нарощування впливу мирними методами, все ж загальносвітові процеси наочно демонструють, що «м'яка сила» невпинно набирає ваги. Вона приваблива, зокрема, тим, що здійснюється без використання зброї. Тож навіть великі держави прагнуть скористатися перевагами «м'якої сили» як ефективного інструменту побудови свого іміджу та впливу.

Саме застосування «м'якої сили» стає дедалі престижнішим і популярнішим для багатьох держав, ніж інструменти «жорсткої сили». У зв'язку з тим що класична дипломатія чим далі зазнає все більших змін зараз основною силою формування іміджу держави стала публічна дипломатія. Публічна дипломатія, по суті, є втіленням теорії «м'якої сили». Публічна дипломатія – це «цілеспрямована діяльність, націлена на окремих людей та організації; набір різноманітних приватних поглядів як доповнення поглядів влади» [2, с. 30].

По суті, «м'яка сила» – це спосіб вплинути так, щоб інші держави захотіли зробити так, як їй потрібно. Свого роду стратегія зваблення, а не пригнічення [2, с. 28].

Хоча результати публічної дипломатії видно не одразу, все ж вони є беззаперечними, наприклад, у Росії вже давно визнали цей факт і навіть змогли вдало для себе скористатися. Завдяки розширенню свого комунікативного впливу Росія змогла значно поліпшити свій імідж в очах українського суспільства. Наприклад, російсько-грузинська війна висвітлювалася українськими ЗМІ або ж з проросійською прихильністю, або ж з уникненням будь-яких оцінок, що негативно позначилося на ситуації в Україні [3, с. 28].

Адже сьогодні вже наочно видно, як відсутність «м'якої влади» України та проросійський інформаційний вплив сприяли військовим діям на Донбасі та анексії Криму.

Доказом цього є той факт, що у 2009 році в Києві проведено круглий стіл на тему «Гуманітарний вимір зовнішньої політики Російської Федерації» [4]. Дослідження цього питання про-

водив Центр східноєвропейських політичних студій Латвії разом із партнерами. Уже тоді Сергій Терешко, експерт Координаційного бюро європейської та євроатлантичної інтеграції, зазначав: «Ставлення Росії до росіян у країнах Балтії, а тепер, після анексії Абхазії та Південної Осетії, можливо, і в Грузії виглядає як ставлення до меншості. Зате росіян в Україні та Молдові вони розглядають як своїх громадян» [5].

Уже тоді звучали застереження щодо «м'якої сили» Росії та рекомендації щодо активізації цього інструменту Україною. Але ця подія не мала широкої інформаційної підтримки. Тоді як українські ЗМІ проросійського спрямування були інструментом впливу Росії на жителів східних регіонів і Криму, що, зрештою, призвело до трагічних наслідків для всієї країни.

Тож зараз, як ніколи, потрібна активізація «м'якої сили» України, адже з початку 2014 року, за даними ООН, у результаті збройного конфлікту на Сході України загинули 13000 осіб і майже 30000 поранених. Неприємно вражаючи цифри [6].

Цей збройний конфлікт на сході, а також подібні конфліктні та кризові ситуації показують нам наслідки недостатньої присутності держави у світовому медіапросторі. Це має бути уроком для всіх держав щодо необхідності і своєчасного формулювання й ведення чітко вираженої політики «м'якої сили» для адекватного геостратегічного позиціонування та запобігання діям країн-агресорів. Якщо сприймати імідж держави як «м'яку силу», то час її прикладання саме в мирний період. Але це є більш складним завданням, більш ресурсовитратним, ніж військові дії.

Варто пам'ятати, якщо немає змоги воювати проти сильного ворога, не залишається нічого іншого, як нарощувати «м'яку силу» (завойовувати думки політиків та експертів провідних країн світу, проводити якомога більше інформаційних заходів про Україну та її людей, здійснювати роботу щодо створення українського бренду, підтримувати закордонних українців у всьому світі й використовувати їхній потенціал на користь України). Наприклад, Європейський Союз, не маючи у своєму арсеналі військових інструментів, застосовує до Росії «м'яку силу», зокрема таку як Угода про асоціацію з Україною та економічні санкції проти країни-агресора [3, с. 30].

Довгий час «м'яка сила» вважалася інструментом зовнішньої політики. Але, виходячи з вищезазначеного, видно, що вона вже давно стала інструментом формування державної іміджевої стратегії й самого іміджу держави як кінцевого результату. Важко не погодитися з думкою українського вченого В.П. Горбатенко, що сприйняття «м'якої сили» лише як інструменту зовнішньої політики морально застаріло. Це деякою мірою знецінює потенціал «м'якої сили», її можна й варто викорис-

товувати в цілях внутрішньої політики [3, с. 28]. Зокрема, «м'яку силу» варто використовувати як інструмент для ефективного формування державної іміджевої політики України.

Завдяки арсеналу більш гнучких інструментів «м'якої сили», порівняно із «жорсткою силою», можна говорити про її більший вплив. А саме «супроводження різних економічних проектів і відкриття нових перспективних ринків; питання енергетичної та продовольчої безпеки; проблематику, пов'язану зі зміною глобального клімату; співпрацю в галузі науки і технологій; культурні та гуманітарні зв'язки; підтримку співвітчизників за кордоном; програми допомоги розвитку зарубіжних країн і надання гуманітарної допомоги» [2, с. 27–28].

У сучасних умовах створення іміджу держави все більше відбувається через взаємний обмін інформацією від влади до народу або від людини до людини (навіть через блоги та медіа персон, культурних діячів, представників творчих професій), меншою мірою від уряду до уряду. Тобто незалежні від влади політичні актори (неурядові організації, рухи та інститути), які своєю діяльністю сприяють збереженню миру, розвитку й покращенню міжнародних відносин, популяризації своєї держави, демонстрації талантів і здібностей нації, беруть участь у зовнішньополітичній діяльності.

Тож сьогоднішнє громадянське суспільство є джерелом «м'якої сили». Університети, культурні та громадські фонди, церква, неурядові організації мають свою гнучку владу, яка може або посилити політику правлячої сили або ж конфліктувати з нею [2, с. 29]. Відповідно, важливим складником і пріоритетним завданням ефективної влади має бути увага до потреб громадянського суспільства всередині країни та врегулювання спірних питань із громадськістю всередині країни. На прикладі України ми бачимо, який негативний вплив на зовнішню політику може мати нестабільна політична ситуація всередині країни.

Щоб сформувати позитивний імідж України, варто взяти на озброєння інструменти «м'якої сили» під час формування чіткої іміджевої політики держави. Для цього можна взяти за основу концепцію відомого британського спеціаліста з територіального брендингу С. Анхольта. Він стверджує, що для створення робочої стратегії формування іміджу держави необхідно використовувати шість основних сфер, які науковець включив до свого шестикутника Анхольта.

С. Анхольт стверджує, що країна має найбільший вплив на сприйняття свого бренду, коли в неї простежується ясна, зрозуміла ідея про вищу мету, яка викликає довіру та підкріплена регулярними й вчасними повідомленнями через усі шість або лише деякі вершини трикутника, а саме: народ,



Рис. 1. Шестикутник Анхольта [7, с. 21]

туризм, експорт товарів, зовнішню та внутрішню політику, інвестиційне та міграційне законодавство, культуру і традиції. Тобто якщо всі вершини шестикутника будуть підпорядковані єдиній стратегії побудови національного бренду, а головною буде вершина – народ (адже бренд країни повинен мати підтримку більшості), то імідж країни покращується [7, с. 21].

Можна стверджувати, що у світі існує різноманітний досвід застосування «м'якої сили». Певні держави й міждержавні об'єднання, наприклад, такі як Європейський Союз і Франція, успішно використовують потенціал «м'якої сили» для обстоювання своїх політичних позицій [3, с. 29]. ЄС за допомогою «м'якої сили» зробив привабливою ідею інтеграції європейських країн, а Франція вдало зберігає свою неповторну національну ідентичність і вдало відстоює свої специфічні національні інтереси. Це засвідчує, що «м'яка сила» як інструмент формування державної іміджевої політики має високу ефективність.

Зараз уже існує нове поняття «розумна сила», яке запровадили науковці Дж. Най та Р. Армітідж. Вони розглядають «розумну силу» як «1) здатність перетворювати ресурси в стратегію, що приводить до бажаних результатів; 2) як синтез двох понять – «жорсткої сили» та «м'якої сили». Науковці обґрунтовують більшу привабливість і переваги фінансування міжнародних організацій та установ, замість вкладання капіталу в боротьбу з тероризмом. Учені говорять про 5 напрямів розповсюдження «розумної сили»:

1) зміцнення старих політичних міждержавних альянсів і формування нових; пошук партнерів і формування міжнародних інституційних структур різного призначення;

2) глобальний розвиток, який розглядається як надання гуманітарної, медичної, освітньої, економічної й технологічної підтримки найбільш нужденним країнам «третього світу» самостійно та через міжнародні інститути;

3) публічна чи громадська дипломатія, пов'язана з розширенням гуманітарних обмінів;

4) коригування механізмів економічної інтеграції, яке має базуватися на ефективній діяльності міжнародних фінансових установ, орієнтованих на допомогу бідним країнам і заохочення економічного розвитку тих, які активно розвиваються;

5) технології та інновації в контексті забезпечення глобальної енергетичної безпеки [1, с. 205].

Переконані, що ці елементи доцільно взяти до уваги Україні для більш ефективної побудови позитивного іміджу держави на міжнародній арені та покращення іміджу у внутрішньодержавному просторі.

Щодо позитивного досвіду використання «м'якої сили» України можна відзначити те, що вона бере активну участь у врегулюванні міжнародних і локальних конфліктів, у врегулюванні кризових ситуацій, надає допомогу країнам третього світу, у проведенні глобальних міжнародних заходів (Євро-2012, Євробачення-2017).

Позитивним досвідом для побудови громадянського суспільства в Україні та внутрішньополітичної інтеграції стала ідея євроінтеграції. 16 вересня 2014 року Верховна Рада України та Європейський Парламент синхронно ратифікували Угоду про асоціацію між Україною та ЄС. Угода про асоціацію України та ЄС, підписана у 2014 році, остаточно набула чинності у 2017 році, після її ратифікації країнами членами ЄС. Звичайно, ці події, хоча й відбувалися в непростий час для України, мали позитивне значення й посилили її імідж.

Однак пізніше Центр Разумкова в щорічних аналітичних підсумках засвідчує, що за результатами 2018 року спостерігається вкрай низький рівень довіри до парламенту: майже 87% громадян засвідчували повну або часткову недовіру Парламенту [9, с. 17]. Водночас позиція тогочасного президента П. Порошенка посилилася, його політика «армія, мова, віра» задала ідеологічні рамки політичної конкуренції на виборах 2019 року [9, с. 17].

Також варто відзначити, що різні форми об'єднань громадян – формальні та неформальні громадські організації, волонтерські рухи – продовжують користуватися високою довірою з боку суспільства. Станом на кінець 2018 року громадським організаціям повністю або скоріше довіряли 45% громадян. Про свою довіру до волонтерських організацій, які, безумовно, варто розглядати в загальному контексті громадянського суспільства, говорили понад 65% громадян [9, с. 23]. А це потужний інструмент прикладання «м'якої сили».

Варто відзначити посилення співпраці громадських організацій, ініціатив, рухів і їхню активну співпрацю з владою на різних рівнях у форматі участі в консультативно-дорадчих органах, проведення тренінгів, навчань, підготовки аналітичних матеріалів, пропозицій стосовно рішень, які необ-

хідно прийняти на тому чи іншому владному рівні [9, с. 23–24].

Тож можна зробити висновок про позитивні зрушення у взаєморозумінні та взаємодії між владою та громадянами України, якщо розглядати територіальний брендинг як інструмент для підвищення якості життя місцевих жителів, що призведе до зростання виробничих та експортних здібностей регіону, а отже, і до покращення іміджу держави загалом.

З огляду на вище зазначене доцільно продовжувати використовувати «м'яку силу» як інструмент формування іміджевої політики України. Також можна розширювати інструментарій «м'якої сили» через такі кроки:

1. Здійснювати системне й повне охоплення всіх каналів комунікації – телебачення, радіо, інтернет-ресурси, блоги, співпрацю з медіаособистостями. Транслювати через ці канали вже наявні досягнення в побудові позитивного іміджу, розповсюджувати інформацію щодо теми просування позитивного іміджу.

2. Активізувати публічну дипломатію як ефективний інструмент впливу на сприйняття іміджу України. Це дасть змогу популяризувати політику влади та доносити її до широкої верстви населення. Для цього варто застосовувати культурні та освітні обміни, мас-медіа, різні канали комунікації.

3. Зараз актуальним є використання іміджу президента України В. Зеленського для так званих іміджевих атак «через особисту привабливість» (*charm offensive*). Суть у тому, щоб за допомогою харизми політичних лідерів покращувати імідж України.

4. Додавати в торгівельні марки експорту соціокультурні символи України. Для цього можна й варто використовувати знакові історичні події в культурному та політичному житті України. Зараз українська легка промисловість успішно використовує в дизайні національну символіку, просуваючи свої продукти за кордоном, і тим самим підживлює інтерес до України.

5. Використовувати актуальні політичні міфи для підживлення інтересу нації до політичних подій та історії України. Ці міфи огортають імідж держави й підсилюють його.

6. Підтримка громадян за кордоном. Зараз, за статистикою, близько 20% працездатного населення працює й проживає за кордоном. Стратегічно важливо зберігати зв'язок цих громадян

з Україною через створення культурних центрів, кризових центрів і різноманітні культурні заходи.

7. Популяризувати науку та культуру, через відомих наукових і культурних діячів проводити іміджеві проекти, проводити гранти і творчі конкурси, спрямовані на покращення іміджу України.

8. Важливо розробляти й проводити іміджеві кампанії, пов'язані з національними святами та подіями.

9. Сприяти розвитку туризму і спорту в Україні. Трансляція спортивних досягнень, участь у спортивних подіях світового масштабу буде позитивно підсилювати імідж України.

Процес формування позитивного іміджу держави за допомогою «м'якої сили» потребує систематичних і планомірних дій. Важливо, щоб дії та зусилля державних установ, засобів масової інформації, експертного співтовариства були узгодженими і сфокусованими на побудові ефективної іміджевої політики України. Тільки тоді буде максимальний результат.

Одним із найбільш дієвих та ефективних засобів створення іміджу залишаються засоби масової інформації. Вони завдяки своїй масовості, розповсюдженості, періодичності й постійній поповнюваності володіють широкими можливостями та силою впливу на формування громадської думки. Це визначає домінуючу роль і місце інформаційних ресурсів у механізмі реалізації іміджевої стратегії України.

Висновки та перспективи подальших розвідок у цьому напрямі. Отже, підсумовуючи все вищезазначене, можна стверджувати: «м'яка сила» в сучасних умовах є ефективним інструментом формування позитивного іміджу України та сприяє збільшенню її привабливості у світі. А для більшої ефективності провадження іміджевої політики України є сенс працювати над побудовою діалогу громадянського суспільства української держави з владою, щоб більш ефективно використовувати переваги «м'якої сили» всередині держави та на міжнародній арені. Важливо продовжувати демократичні суспільно-політичні реформи всередині держави, щоб сприяти участі України в міжнародних організаціях і світових процесах, тим самим покращуючи її імідж і престиж. Варто впроваджувати нові для України інструменти створення іміджу, які зарекомендували свою ефективність і результативність для інших держав.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Семченко О.А. Іміджева політика України : монографія. Київ : ВЦ «Академія», 2014. 272 с.
2. Василенко І.А. Роль технологій «мягкой силы» в формировании имиджевой стратегии России. *Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право*. 2015. Вып. 8 (1). С. 28–34. URL: <https://www.ogt-journal.com/jour/article/view/145/0>.
3. Горбатенко В. «М'яка сила» як основа сучасної геополітичної стратегії. *Studia politologica Ucraino-Polona*. 2014. Вип. 4. С. 27–31. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Spup_2014_4_5.

4. Солонина Є. Зовнішня політика Росії: економіка і геополітика під культурним камуфляжем. *Радіо Свобода*. 2009. 19 грудня. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/1909618.html>.

5. Капсамун І. О «мягком влиянии». *День*. 2009. № 232. URL: http://ukrrudprom.com/digest/O_myagkom_vliyanii.html?print.

6. Губенко Д. ООН: Жертвами конфлікту на Сході України стали майже 13 тисяч людей. *DW.COM*. 2019. 21 січня. URL: <https://p.dw.com/p/3Vvek>.

7. Анхольт С., Хильдрет Д. Бренд Америка: мать всех брендов. Москва : ООО «Издательство «Добрая книга», 2010. 232 с.

8. Угода про асоціацію. *Урядовий портал*. URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/yevropejska-integraciya/ugoda-pro-asociasiyu>.

9. Разумков центр. Україна 2018–2019: обережний оптимізм напередодні виборів (аналітичні оцінки). URL: http://razumkov.org.ua/uploads/article/2019_Pidsumky_2018.pdf.