

УДК 32.019.5

«МЯГКАЯ СИЛА» И ВОЗМОЖНОСТЬ ЕЁ ПРИМЕНЕНИЯ УКРАИНОЙ

Марецкая Н. А.

Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского, г. Симферополь, Российская Федерация.

E-mail: maretska.n@gmail.com

В статье рассматривается феномен «мягкой силы» и его способность оказывать влияние на процесс конструирования положительного имиджа государства. Помимо этого, изучены основные характеристики и различия «мягкой силы» и «жесткой силы». Рассмотрены ресурсы исследуемой технологии, достоинства и недостатки применения данной технологии. Анализируется возможность применения «мягкой силы» украинским правительством. Проведен интернет-мониторинг с целью изучения применения Украиной «мягкой силы». Делается вывод, что Украина не может использовать «мягкую силу» по ряду причин: из-за отсутствия в Украине национальной идеи, универсальных, привлекательных ценностей; низкого уровня качества жизни; отсутствия соответствующих социальных институтов и стратегии по реализации «мягкой силы» и механизмов преодоления негативных стереотипов и мифов; неэффективно используются средства коммуникации для формирования положительного имиджа страны; отсутствует достаточное количество средств для реализации стратегии «мягкой силы». В связи с этим, автор приходит к выводу о том, что Украина является не субъектом, а объектом, на который направлена данная технология Западных стран.

Ключевые слова: «мягкая сила», «жесткая сила», имидж, Украина, США, информационные технологии.

В научной среде до сих пор идут споры о том, какая сила более эффективна «жесткая» или «мягкая». Так приверженцы концепции реализма утверждают, что эффективной может быть только «жесткая сила» и соответственно она определяет место государства на международной арене. В свою очередь, представители неолиберальной концепции, в частности, Дж. Най, не отрицают значимость «жесткой силы», более того, подчёркивается, что «жесткая» и «мягкая силы» связаны, т. к. они являются средствами для достижения необходимой цели путем воздействия на поведение других субъектов. Однако «мягкая сила» не зависит от «жесткой» [1, с. 7–9]. Исследователь настаивает на том, что нужно использовать «умную силу», суть которой заключается в грамотном сочетании использования «мягкой» и «жесткой силы» [1, с. 32]. Так, холодную войну США выиграли за счет применения в равной пропорции «жесткой» и «мягкой силы». Посредством жесткой силы США сдерживали военную мощь СССР, а за счет «мягкой силы» они разрушили союз изнутри.

Целью статьи является рассмотрение феномена «мягкой силы» и возможность её применения Украиной.

Новизна исследования заключается в том, что рассмотрены причины, по которым Украина не может использовать «мягкую силу».

Понятие «мягкой силы» впервые ввел в оборот американский политолог, один из основоположников неолиберализма, Дж. Най. Он определял «мягкую силу» как возможность получить то, что хочется, за счет привлечения, а не принуждения [1, с. 6]. Базой для реализации данного вида силы является привлекательность культуры, политических идеалов и политики. Ключевыми словами, которые раскрывают сущность «мягкой силы» являются: подражание и восхищение, способность привлекать, соблазн.

Отечественный исследователь К. С. Гаджиев утверждает, что одним из инструментов реализации «мягкой силы» во внешней политике является имидж государства. В отношении целей имиджа государства он говорит следующее: «Для внутреннего пользования имидж служит средством политической мобилизации, идейного, психологического единения и сплочения нации, укрепления или смены базовых социальных ценностей и т. д. Вне главное его предназначение состоит в обеспечении легитимности внешней политики государства в глазах как своих граждан, так и мирового сообщества» [2, с. 39].

Другой исследователь А. А. Вилков отмечает, что «мягкая сила» является элементом имиджевых технологий. Он считает, что «процесс глобализации формально основывается на принципах демократии, что предопределяет приоритет использования «мягкой силы» во внешней политике для формирования положительного имиджа ведущих держав мира и усиления привлекательности, продвигаемой ими для других стран модели общественно-политического и социально-экономического устройства» [3, с. 73].

По мнению В. Д. Мансуровой, термин пропаганда был заменен на «мягкую силу» и по сути дела ставит знак равенства между ними [4, с. 12]. Однако данное утверждение мы считаем не совсем корректным.

В работе мы будем придерживаться мнения, что «мягкая сила» способствует формированию внешнеполитического имиджа, однако не отрицаем и тезис о том, что в ряде случаев внешнеполитический имидж страны может быть использован в качестве инструмента для реализации этой силы.

Основная черта «мягкой силы» – это способность формировать предпочтения других субъектов [1, с. 5]. И когда политика государства, использующего «мягкую силу», признается легитимной людьми из других стран, тогда эффективность его «мягкой силы» усиливается. Стоит отметить, что помимо «новых медиа», народная дипломатия, пропаганда также являются инструментами «мягкой силы».

«Мягкая сила», возникшая в эпоху информационного общества является скорее социально-экономическим, побочным продуктом, а не результатом официальных действий правительства.

У. Мид идет дальше и предлагает разделить «жесткую силу» на «острую» – военную, которая заставляет нас идти, подталкивая острыми штыками, и «липкую» – экономическую, которая «соблазняет и убеждает одновременно» [5, с. 25]. В

концепции «мягкой силы», он также выделяет два аспекта: «притягательная сила» – идеи и ценности, «сила гегемонии» – создание мирового порядка, который люди принимают, в силу убеждений, что он является гарантом процветания. Так, «острая», «липкая» и «притягательная силы» поддерживают силу «гегемонии». Он отмечает: «Эти три разнородные силы, действуя совместно, теряют свою специфику, сливаются в синергетическом смысле, образуя целое, превышающее сумму составляющих его частей» [5, с. 41–42].

Безусловно, «мягкая сила» может принуждать к каким-либо действиям посредством манипуляции или угроз, однако в отличие от «жесткой силы» это принуждение носит скорее словесный характер, а не физический.

По мнению И. Я. Якоба, в краткосрочной перспективе «мягкая сила» более эффективна, когда использует такой инструмент как медиа, а в долгосрочной, она находит свое отображение в формировании привлекательных парадигм и ценностей, которые строятся на качестве жизни, экономических показателях, социальных достижениях, уровне культуры и т. д. [6]. Однако на наш взгляд стоит не согласиться с утверждением, что использование «старых» и «новых медиа» актуальны только для краткосрочных стратегий, напротив, они являются основным инструментом для реализации как для долгосрочных, так и краткосрочных задач. Поскольку именно посредством медиа можно продвигать и популяризировать привлекательные образы того или иного государства, их культуру, экономические показатели и пр. Этот тезис можно подтвердить на примере США, которые годами не только за счет стажировок, но и посредством медиа продвигали свои ценности в разных странах.

Исследования доказывают, что традиционная культура не способствует реализации «мягкой силы», в отличие от массовой культуры. Именно поэтому общество потребления является продуктом «мягкой силы», где ценности сдвинуты в сторону гедонизма. С. А. Цатуряна считает, что «мы стоим на пороге создания нового человека с упрощенными вкусами и устоями, свободного от архетипов прошлых столетий, своей наследственности; его патриотизм, основанный на коллективизме и инстинкте территориальности» [7, с. 145].

Несмотря на то, что изначально «мягкую силу» начали использовать европейские страны, в настоящее время наиболее эффективно её реализуют Соединенные Штаты Америки. Эффективность «мягкой силы» США легко доказать на примере Украины: продвижение идей демократии, универсальных ценностей прав человека, стажировки в США, голливудские фильмы и т. д., все это способствовало формированию положительного имиджа США в представлении жителей этой страны, проевропейской ориентации большинства украинцев и в последствии привело к Евромайдану, воссоединению Крыма с Россией и военному конфликту на Востоке Украины.

Если взглянуть на телевизионные передачи, которые транслируются в Украине, то можно с уверенностью заявить, что где-то 70% из них – это американские телевизионные передачи, адаптированные под наш менталитет. Это элемент подражания, который является свидетельством лояльности культуре и ценностям США. Более того, это является свидетельством эффективной политики США по реализации «мягкой силы» на постсоветском пространстве.

«Мягкая сила» является основным механизмом формирования имиджа страны. Исследователи выделяют два способа формирования положительного имиджа государства: естественный и искусственный. Первый заключается в том, что государство автоматически улучшает свой имидж за счет культурных, научных, экономических и пр. достижений страны. Искусственное же позиционирование государства за рубежом предполагает проведение информационных мер по продвижению внешнеполитического имиджа, которые опираются на «старые» и «новые медиа» [8].

По мнению Б. Майкла, К. Хартвелла и Б. Нуреева уровень использования Интернета коррелирует с «мягкой силой». Это обосновывается тем, что суть «мягкой силы» можно свести к влиянию одних акторов на других. В этом случае Интернет является одним из инструментов, который может оказывать подобное влияние [9]. В то же время доступ к Интернету не только предоставляет возможность стране использовать «мягкую силу», но и делает её более открытой и восприимчивой для «мягкой силы» других политических акторов.

Исследователи отмечают, что «мягкая сила» не только способствует развитию государства, но и может навредить ему. Так, чрезмерное использование «мягкой силы» может создать ложное чувство безопасности у политических акторов. Поэтому нельзя использовать только «мягкую силу», не наращивая «жесткую».

Конечно, «мягкая сила» зависит от таких показателей «жесткой силы» как экономический потенциал, который в свою очередь формирует качество жизни и культурные ценности, а также дает финансовые возможности продуцировать качественный идеологический и культурный контент.

Во внешней политике «мягкую силу» можно свести к продвижению национальных интересов государства. Положительный имидж страны – это индикатор того, что государство может использовать «мягкую силу». Так, исследователи отмечают, что чем большими ресурсами «мягкой силы» обладает политический актор, тем больше влияния он может оказывать и, соответственно, большим авторитетом среди других акторов он обладает.

Стоит не согласиться с Б. Майклом, К. Хартвеллом и Б. Нуреевым в тезисе о том, что Украина за счет использования «мягкой силы» смогла повысить свой авторитет на международной арене [9]. Авторы утверждают, что балансирование Украины между ЕС и РФ, отказ от ядерного оружия в 1994 г. и проведение «Евро–2012» являются результатом политики «мягкой силы». На наш взгляд, только «Евро–2012» является инструментом для позиционирования Украины на международной арене. Все остальные вышеперечисленные примеры, скорее являются свидетельством эффективной реализации «мягкой силы» других политических акторов.

В свете изучения применения «мягкой силы» Украиной был проведен интернет-мониторинг в поисковой системе «Google» по запросу: «мягкая сила Украины», «реализация Украиной мягкой силы». В результате исследования было выявлено, что зачастую встречаются статьи и информационные сообщения, в которых идет речь о том, как Западные страны или Российская Федерация реализуют политику «мягкой силы» на Украине. Было найдено всего 3 упоминания о том, что Украина

реализуют «мягкую силу» посредством музыкального конкурса «Евровидение» и культурных мероприятий, которые проводятся как внутри страны, так и за рубежом. Полученные данные свидетельствуют о том, что украинские власти не используют «мягкую силу».

Так, Украина является объектом, на который направлена «мягкая сила» США, свидетельством тому являются: образовательные программы для студентов и аспирантов, такие как Fulbright, наличие на территории страны большого количества общественных организаций, которые получают финансовую поддержку от западных фондов. Помимо этого, западные ценности являются более привлекательными, в результате они противопоставляются и способствуют разрушению традиционных. Вследствие этого, можно предположить, что происходящие события на Украине можно трактовать как информационную войну Запада против России, поскольку в медийном пространстве появляется множество русофобских и националистических высказываний.

Исследователь Э. Геллнер отнес постсоветское пространство к «4 поясу» становления новых наций и национализма (ирредентизации). Он утверждал, что для консолидации нации необходимо, чтобы национализм был направлен против внешнего субъекта, которому приписывается образ врага. Для Украины, других постсоветских и западных стран таким врагом является Россия, поскольку именно она была центром Российской империи и позже СССР [10, с. 12].

На примере украинских событий, начавшихся в конце 2013 г. можно заключить, что в борьбе, в чью сферу влияния попадет Украина, Россия пользовалась «жесткой силой», а Запад «мягкой». Сама же Украина использует «жесткую силу»: война на Востоке Украины, протестные акции на Евромайдане, блокада Крыма. Изначально предполагалось, что Евромайдан должен был быть реализован посредством «мягкой силы», однако, впоследствии начались протестные акции с использованием жестких мер. Данные акции вылились в неприемлемые для русскоязычного населения Украины заявления: «одна нация, один язык, одна церковь» – это в свою очередь спровоцировало недовольство на юго-востоке страны, что привело в случае Крыма к референдуму и воссоединению с Россией (в украинском случае именуемого аннексией), а в случае восточной части – к боевым действиям и в последующем провозглашению Луганской Народной Республики и Донецкой Народной Республики.

Резюмируя все вышесказанное, можно сделать вывод, что Украина не использует «мягкую силу» по ряду причин:

1. В Украине отсутствует общая национальная идея, которая бы способствовала консолидации жителей всех регионов.
2. Нет универсальных ценностей, присущих только украинцам, которые можно было бы популяризировать и использовать для создания положительного имиджа страны.
3. Отсутствует стратегия по реализации «мягкой силы» и брендингу страны. Из брендов, которые способствуют позиционированию Украины за рубежом, можно назвать «Евро-2012» и участников от Украины музыкального конкурса «Евровидение».

4. Отсутствуют общественные организации, которые способствовали бы формированию положительного имиджа. В настоящее время все общественные организации, которые действуют на Украине, финансируются в большинстве случаев западными структурами и нацелены на формирования положительного имиджа Запада на Украине, а не наоборот.

В связи с этим, можно заключить, что Украина является объектом, а не субъектом реализации «мягкой силы».

Список литературы

1. Nye Jr. Joseph S. Soft power: the means to success in world politics / Jr. Nye Joseph S. 1 St ed. – New York: Public Affairs Group, 2004. –191 p.
2. Гаджиев К. С. Имидж государства в конфликте идеологий / К. С. Гаджиев. – М.: Андалус, 2007. – 128 с.
3. Вилков А. А. «Мягкая сила» как элемент имеджевых технологий во внутренней и внешней политике / А. А. Вилков // Известия Саратовского университета. Серия. Социология. Политология. – 2014. – Т. 14. – Вып. 2. – С. 66–74.
4. Мансурова В. Д. Медийные стратеги «мягкой силы»: «... и дым отечества нам сладок и приятен?» / В. Д. Мансурова // Журналистский ежегодник. – 2015. – № 4. – С. 12–15.
5. Мид У. Р. Власть, террор, мир и война. Большая стратегия Америки в обществе риска / Пер. с англ. А. Георгиева, М. Назаровой. – М. : Прогресс-Традиция, 2006. – 208 с.
6. Якоба И. Я. «Мягкая сила» в современной политике и дискурсивной технологии. URL: http://socis.isras.ru/files/File/2014/2014_12/Yakoba.pdf
7. Цатурян С. А. Ненасильственная революция. От теории к практике: монография / С. А. Цатурян. – Москва: РУДН, 2015. – 280 с.
8. Наумов А. «Мягкая сила» и внешнеполитический имидж Российской Федерации. URL: http://www.perspektivy.info/rus/gos/magkaja_sila_i_vneshnepoliticheskij_imidzh_rossijskoj_federacii_2015-03-30.htm (Дата обращения)
9. Майкл Б., Хартвелл К., Нуреев Б. «Мягкая сила» – палка о двух концах? URL: <http://bricsmagazine.com/ru/articles/myagkaya-sila-palka-o-dvuh-kontsah> (Дата обращения)
10. Казанцев А. А., Меркушев В. Н. Россия и постсоветское пространство: перспективы использования «мягкой силы» / А. А. Казанцев // Полис. – 2008. – № 2. – С. 1–19.

Maretska N. A. “Soft Power” and the Possibility of its Employment by Ukraine // Scientific Notes of V. I. Vernadsky Crimean Federal University. Philosophy. Political science. Culturology. – 2016. – Vol. 2 (68). – № 3. – P. 111–117.

The article discusses the phenomenon of “soft power” and its ability to influence the process of constructing a positive image of the state. In addition, studied the main features and differences of “soft power” and “hard power”. Considered the resources of the study technology, the advantages and disadvantages of this technology. Analyzes the possibility of the use of “soft power” by the Ukrainian government. Spend online monitoring to study the use of Ukraine’s “soft power”. The author comes to the conclusion that Ukraine cannot use the “soft power” for several reasons: due to the absence in Ukraine the national idea, of universal, attractive values; low level of quality of life; no appropriate social institutions and the strategy for the implementation of “soft power”; not developed mechanisms of overcoming the negative stereotypes and myths about this country; inefficiently be used of communication tools to creating a positive image of the country; there are not enough resources to implement the strategy of “soft power”. In this connection, the author comes to the conclusion that Ukraine is not a subject, its object on which Western countries directed this technology.

Keywords: “soft power”, “hard power”, image, Ukraine, the United States, information technology.

References

1. Nye Jr. Joseph S. *Soft Power: the Means to Success in World Politics*. 1st ed. New York, Public Affairs Group, 2004, 191 p.
2. Gadzhiev K. S. *Imidzh gosudarstva v konflikte ideologij* [The State's Image in the Conflict of Ideologies]. Moscow, Andalus, 2007, 128 p.
3. Vilkov A. A. «Mjagkaja sila» kak jelement imedzhevyh tehnologij vo vnutrennej i vneshnej politike [“Soft Power” as an Element of Imedzhevyh Technologies in Domestic and Foreign Policy]. *Izvestia of Saratov University Series. Sociology. Political science*, 2014, Vol. 14, Iss. 2, P. 66–74.
4. Mansurova V. D. *Medijnye strategii «mjagkoj sily»: «... i dym otechestva nam sladok i prijaten?»* [Media Strategy of “Soft Power”: “... and the Smoke of the Fatherland Us Sweet and Pleasant?”]. *Journalistic yearbook*, 2015, no. 4, P. 12–15.
5. Mead W. R. *Vlast', terror, mir i vojna. Bol'shaja strategija Ameriki v obshhestve riska* [Power, Terror, Peace and War. Most American Strategy in a Risk Society]. Ed. from English. A. Georgiev, M. Nazarova. Moscow, Progress-Tradition, 2006, 208 p.
6. Jacob I. J. «Mjagkaja sila» v sovremennoj politike i diskursivnoj tehnologii [“Soft Power” in Modern Politics and Discursive Technologies]. URL: http://sosis.isras.ru/files/File/2014/2014_12/Yakoba.pdf
7. Tsaturian S. A. *Nenasil'stvennaja revoljucija. Ot teorii k praktike: monografija* [Non-Violent Revolution. From Theory to Practice: Monograph]. Moscow, Rundu, 2015, 280 p.
8. Naumov A. «Mjagkaja sila» i vneshnepoliticheskij imidzh Rossijskoj Federacii [“Soft Power” Foreign Policy and Image of the Russian Federation]. URL: http://www.perspektivy.info/rus/gos/magkaja_sila_i_vneshnepoliticheskij_imidzh_rossijskoj_federacii_2015-03-30.htm (Accessed)
9. Michael B., Hartwell Ch. and Nureyev B. «Mjagkaja sila» – palka o dvuh koncah? [“Soft Power” – a Double Edged Sword?]. URL: <http://bricsmagazine.com/ru/articles/myagkaya-sila-palka-o-dvuh-kontsah> (Accessed)
10. Kazantsev A. A., Merkushev V. N. *Rossija i postsovetskoe prostranstvo: perspektivy ispol'zovanija «mjagkoj sily»* [Russia and Post-Soviet Space: the Prospects for the Use of “Soft Power”]. *Policy*, 2008, no.2, P. 1–19.