

Сохацький О.Ю.

доктор філософії,
доцент кафедри міжнародних економічних відносин
Західноукраїнського національного університету
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8735-866X>

Влох Р.П.

магістр
Західноукраїнського національного університету
ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-1132-8284>

Sokhatskyi Oleksandr

Doctor of Philosophy,
Associate Professor at the Department of International Economic Relations
West Ukrainian National University

Vlokh Roman

Master Student
West Ukrainian National University

М'ЯКА СИЛА ТА БРЕНД-НАЦІЇ В ЕПОХУ ГЛОБАЛЬНОЇ ГЕОПОЛІТИЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

SOFT POWER AND NATION BRANDING IN THE ERA OF GLOBAL GEOPOLITICAL INSTABILITY

У статті досліджено феномен м'якої сили як стратегічного інструменту зовнішньої політики в умовах глобальної нестабільності. Порівняно підходи Китаю, Франції, Туреччини та Японії до реалізації м'якої сили через культурну дипломатію, освіту, гуманітарні ініціативи та медіаприсутність. Особливу увагу приділено до-свіду України після 2022 року, де цифрова дипломатія, комунікація цінностей та активна участь у глобальних гуманітарних процесах стали ключовими механізмами зміцнення міжнародного іміджу. Застосовано міждисци-плінарний підхід із контент-аналізом, моніторингом рейтингів м'якої сили (Global Soft Power Index, Soft Power 30), оцінкою динаміки репутаційного капіталу. Підкреслено роль громадянського суспільства та цифрових ка-налів у формуванні морального авторитету держави й довгострокової міжнародної довіри.

Ключові слова: м'яка сила, бренд-нація, цифрова дипломатія, культурна експансія, гуманітарна стра-тегія, зовнішньополітична комунікація, публічна дипломатія, «Один пояс – один шлях».

The article explores the concept of soft power as a strategic instrument of international influence, focusing on its transformation in the context of global geopolitical instability, hybrid conflicts, and information warfare. The relevance of the study stems from the increasing role of non-military means in shaping international agendas and the reputational positioning of states. The research methodology combines an interdisciplinary approach with content analysis of international media, comparative assessment of global soft power rankings (Global Soft Power Index, Soft Power 30), and case-based analysis of national strategies. The study emphasizes cultural diplomacy, educational programs, humanitarian engagement, and digital presence as key components of effective soft power. The results reveal significant differences in the strategic deployment of soft power across countries such as China, France, Turkey, and Japan. A special focus is given to Ukraine's response to Russia's full-scale invasion in 2022. The case of Ukraine demonstrates how digital diplomacy and value-based communication significantly improved the country's international image, moving it from 56th to 22nd place in global soft power rankings. The practical value of the article lies in highlighting the role of integrated communication, civil society, and digital tools in modern public diplomacy. It also shows that soft power is evolving into a form of moral diplomacy, where values such as freedom, solidarity, and transparency enhance a nation's global legitimacy and influence. Furthermore, the study illustrates how strategic narratives and emotionally resonant storytelling contribute to international trust and alliance formation. The interplay between grassroots initiatives, volunteer-driven cultural diplomacy, and official government channels creates a holistic system of influence. In the long term, investing in a nation's ethical image and symbolic capital can be more effective than traditional geopolitical leverage. This research may serve as a basis for policy recommendations in the field of international image management and strategic communication.

Keywords: soft power, nation branding, digital diplomacy, cultural expansion, humanitarian strategy, foreign policy communication, public diplomacy, Belt and Road Initiative.

Постановка проблеми. У сучасному багатоплярному світі, який характеризується зростанням нестабільності, гібридних загроз та інформаційних війн, м'яка сила стає одним із ключових інструментів геополітичного впливу. Особливої актуальності ця концепція набуває для держав, які не можуть реалізовувати свою зовнішню політику через традиційні інструменти жорсткої сили або економічного домінування. Формування позитивного міжнародного іміджу, просування культурних цінностей, зміцнення гуманітарної присутності та розвиток інституційної довіри – це ті стратегічні завдання, які дедалі більше вирішуються за допомогою інструментарію м'якої сили.

У цьому контексті зростає потреба у науковому переосмисленні як класичних, так і новітніх підходів до концептуалізації м'якої сили, зокрема з урахуванням цифрової трансформації міжнародних відносин, ролі громадянського суспільства, інформаційної гібридності та феномену «бренд-нації». Особливої уваги потребує вивчення ефективності м'якої сили в умовах воєнного конфлікту, що є викликом для традиційних парадигм зовнішньополітичного аналізу.

Наукова проблема полягає у з'ясуванні особливостей трансформації м'якої сили в умовах сучасної геополітичної турбулентності, ідентифікації ключових чинників, що впливають на її ефективність, а також визначенні механізмів використання концепції бренд-нації як інструменту зовнішньої політики, особливо у контексті держав, які перебувають у стані воєнного конфлікту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У дослідженні Ная Дж.С. [7] концепція м'якої сили розглядається як здатність досягати міжнародних цілей шляхом привабливості культури, політичних цінностей і зовнішньої політики. У подальших працях цього автора розвивається поняття «розумної сили», що передбачає поєднання м'яких і жорстких інструментів, із акцентом на ефективність публічної дипломатії [8–10].

Петренко О.І. [6] аналізує ключові цифрові технології, які формують сучасну архітектуру м'якої сили, зокрема використання аналітики великих даних, мобільних застосунків, блокчейн-рішень та CRM-систем у сфері міжнародного позиціонування держав.

Анхольт С. [1] пропонує концепцію бренд-нації як інструмент довгострокової репутаційної стратегії держави, що ґрунтується на системній комунікації культурних, історичних та гуманітарних смислів.

Європейські дослідники Леонард М., Купер Р., д'Хуге І. [2] розглядають м'яку силу як культурну дипломатію, інструмент зміцнення зовнішньополітичної суб'єктності ЄС, особливо у контексті постконфліктного відновлення та підтримки демократичних процесів у країнах Східного партнерства.

У дослідженні Лі Х. та Чен В. [3] висвітлюється китайська стратегія м'якої сили, яка базується на поєднанні культурної експансії через Інститути Конфуція, економічної взаємовигоди та посилено-

го інформаційного впливу, що суттєво відрізняється від західної моделі.

Дослідження українського кейсу після 2022 року розкриває потенціал цифрової дипломатії, мобілізації громадянського суспільства та культурних ініціатив у підвищенні міжнародного іміджу країни. За даними Oxford Internet Institute [4], Україна значно покращила свої позиції у глобальних рейтингах завдяки поєднанню офіційної публічної дипломатії та неурядової активності.

У науковій літературі склались чотири основні підходи до інтерпретації м'якої сили: політична привабливість [7], культурна дипломатія [2], бренд-нація [1], системні стратегії глобального впливу [3]. Вони формують теоретичну основу сучасного розуміння м'якої сили як геополітичного інструменту.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Попри зростаючу кількість досліджень, присвячених м'якій силі як інструменту зовнішньої політики, залишаються низка аспектів, які ще не отримали належного теоретичного та прикладного висвітлення. Насамперед, більшість існуючих праць орієнтовані на досвід держав із усталеними демократичними інститутами (США, Франція, Японія), тоді як використання м'якої сили країнами, що перебувають у стані збройного конфлікту, досліджено обмежено. Не повністю розкритим залишається також вплив цифрової дипломатії на репутаційний капітал держав у реальному часі, особливо в умовах гібридної війни.

Недостатньо окреслено роль горизонтальних суспільних комунікацій, волонтерських ініціатив та культурної самоорганізації у формуванні міжнародного іміджу країни. Також потребує подальшого аналізу інституціоналізація бренд-нації як системної стратегії, що охоплює державну політику, гуманітарну діяльність і цифрову присутність.

Дана стаття зосереджується на дослідженні трансформації м'якої сили в умовах війни, участі громадянського суспільства у формуванні гуманітарного образу держави та нових формах моральної дипломатії в епоху цифровізації як на тих аспектах, що залишаються частково невирішеними в сучасній науці.

Метою статті є комплексне дослідження змін у механізмах реалізації м'якої сили держави в умовах збройного конфлікту, з акцентом на цифрову дипломатію, інституціоналізацію бренд-нації та гуманітарну мобілізацію суспільства.

Виклад основних результатів дослідження. Унаслідок повномасштабного вторгнення Російської Федерації в Україну у 2022 році міжнародна спільнота стала свідком унікального прикладу мобілізації м'якої сили з боку держави, яка веде оборонну війну. Завдяки широко-масштабним інформаційним кампаніям, активній культурній дипломатії, підтримці українських митців за кордоном, діяльності діаспори та високому рівню цифрової комунікації з боку Офісу Президента України й Міністерства закордонних справ, Україна закріпила образ держави, що від-

стоє не лише територіальну цілісність, а й європейські цінності свободи та гідності.

Згідно з даними Global Soft Power Index 2023, Україна піднялася з 56-го на 22-е місце у світовому рейтингу, що є одним із найдинамічніших результатів за останнє десятиліття серед країн поза межами G20. Це зростання забезпечено за рахунок трьох ключових чинників: масштабної міжнародної підтримки, репутаційної мобілізації та ефективної протидії дезінформації через чітке розмежування між правдою та пропагандою [1, с. 33].

Як демонструє рисунок 1, покращення позицій України є результатом послідовної та ціннісно орієнтованої зовнішньої політики, заснованої на принципах демократії, відкритості та міжнародної солідарності. Кризова комунікація, спричинена агресією РФ, стимулювала активне розгортання інструментів публічної дипломатії. Інформаційна мобілізація громадянського суспільства, а також підтримка української культури за кордоном – зокрема переклад літератури, просування фільмів і проведення культурних заходів – суттєво посилили гуманітарну присутність України у глобальному контексті.

Позитивна динаміка рейтингу також свідчить про зростання довіри до України з боку міжнародної спільноти, яка сприймає її як державу, що послідовно відстоє стабільність, повагу до суверенітету та мирне врегулювання конфліктів.

Починаючи з 2022 року, цифрова комунікація стала основним каналом реалізації м'якої сили. В умовах обмеженого доступу до традиційних медіа в авторитарних режимах, соціальні мережі стали ефективним інструментом міжнародної комунікації. Україна стратегічно використовувала такі платформи, як Twitter, TikTok, YouTube та Telegram, для поширення наративів про героїзм, спротив, солідарність і водночас для оперативного спростування дезінформації.

Згідно з оцінками Oxford Internet Institute, лише у першому півріччі 2022 року загальне охоплення цифрових інформаційних кампаній України пере-

вищило 2,5 мільярда переглядів, що засвідчує ефективність цифрової дипломатії як важливої складової м'якої сили сучасної держави.

Як свідчить рисунок 2, масштаби цифрового впливу України у 2022 році стали безпрецедентними для країни, що перебуває у стані збройного конфлікту. Це підтверджує результативність стратегічного використання цифрових платформ як інструменту м'якої сили.

Особливістю цифрової дипломатії України стало поєднання офіційних джерел комунікації (акаунти Президента, МЗС, державних інституцій) з громадськими ініціативами, незалежними медіа, волонтерами та лідерами громадської думки. Така синергія створила ефект «мережевого наративу», що забезпечив багаторівневе охоплення міжнародної аудиторії та підвищення довіри до українських меседжів.

Цифрова присутність України дала змогу не лише транслятувати на глобальному рівні меседжі спротиву та стійкості, але й комунікувати історії гуманізму, взаємодопомоги, солідарності, що значно зміцнило моральну легітимність держави в очах міжнародної спільноти.

Цифрова дипломатія в умовах сучасного конфлікту постає як оперативний інструмент впливу на глобальну громадську думку, який за ефективністю може перевершувати традиційні механізми міждержавної дипломатії.

Позитивна міжнародна репутація України стала не лише елементом символічного капіталу, а й реальним важелем впливу на політичні рішення ключових міжнародних партнерів. За даними опитувань Pew Research Center, у 2022–2023 роках 87% респондентів у Польщі, 81% у США та 76% у Великобританії висловили підтримку наданню допомоги Україні [5, с. 15], що демонструє репутаційний ефект цифрової м'якої сили у зовнішньополітичному вимірі.

Як демонструє рисунок 3, рівень підтримки України в країнах Європейського Союзу та Північної Америки залишається стабільно високим. Це

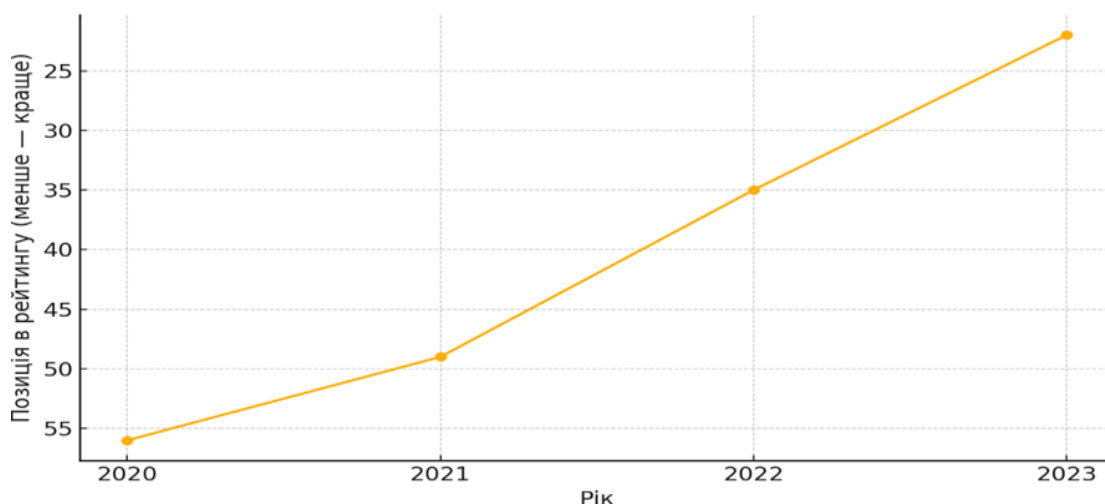


Рис. 1. Динаміка позицій України в Global Soft Power Index (2020–2023)

Джерело: укладено автором на основі [2]

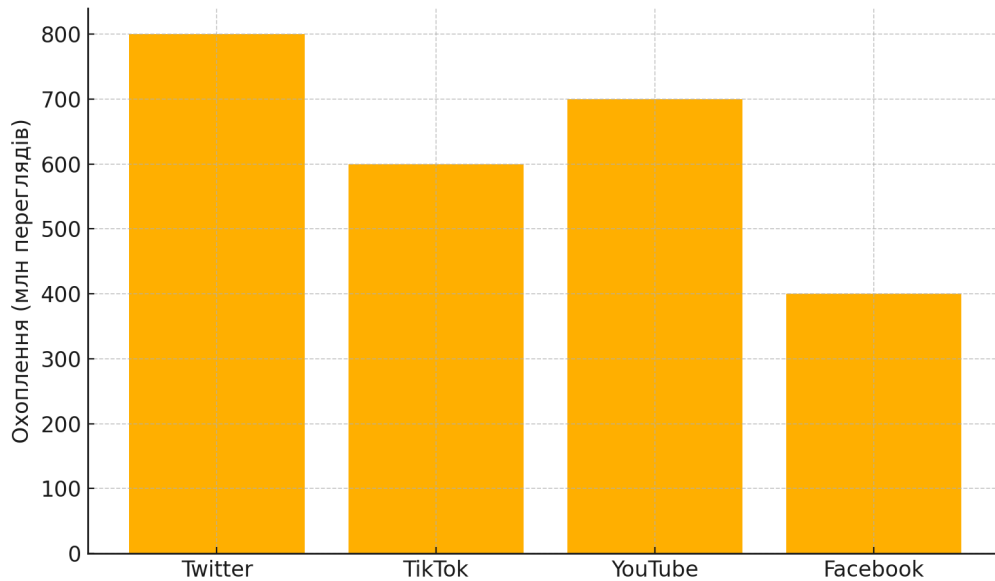


Рис. 2. Охоплення аудиторії цифрової дипломатії України (2022)

Джерело: укладено автором на основі [4, с. 45]

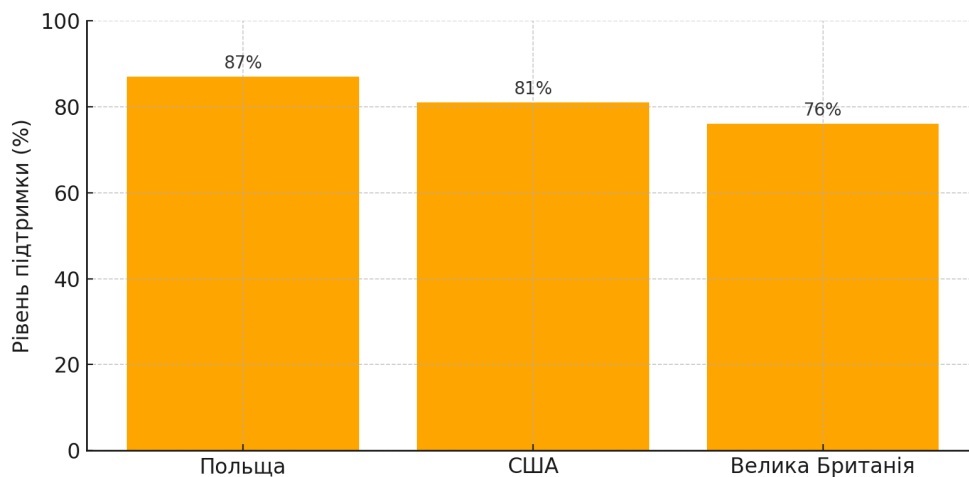


Рис. 3. Ставлення до України в ключових країнах-союзниках у 2023 році

Джерело: укладено автором на основі [6, с. 33]

свідчить про результативність інформаційної політики України, яка, незважаючи на збройний конфлікт, зуміла зберегти та посилити довіру до себе як до держави, що відстоює міжнародно визнані цінності правопорядку.

Особливого значення набуває роль таких держав, як Польща та Канада, які стали не лише стратегічними політичними партнерами, а й активними ретрансляторами українського нарративу у світовому інформаційному просторі. Їхня участь у формуванні коаліцій солідарності сприяє залученню масштабної економічної, військової та гуманітарної підтримки України [7, с. 26].

Ключову роль у формуванні позитивного іміджу відіграє громадянське суспільство. Соціологічні дані підтверджують, що саме через волонтерські ініціативи, благодійні кампанії та незалежні медійні платформи образ України як держави-жертви

агресії та символу спротиву утвердився у свідомості міжнародної громадськості. За даними опитувань Pew Research Center, у 2022–2023 роках 87% респондентів у Польщі, 81% у США та 76% у Великобританії висловили підтримку наданню допомоги Україні [5], що демонструє репутаційний ефект цифрової м'якої сили у зовнішньополітичному вимірі.

Росія та Китай зазнали суттєвих втрат у сфері міжнародної привабливості через агресивну зовнішню політику, обмеження громадянських свобод і впровадження авторитарних практик. Це підтверджує гіпотезу про те, що м'яка сила тісно пов'язана з демократичними цінностями, прозорістю та довірою. Зниження індексів м'якої сили цих країн супроводжується скороченням культурного, освітнього та інформаційного впливу на міжнародній арені (рис. 4).

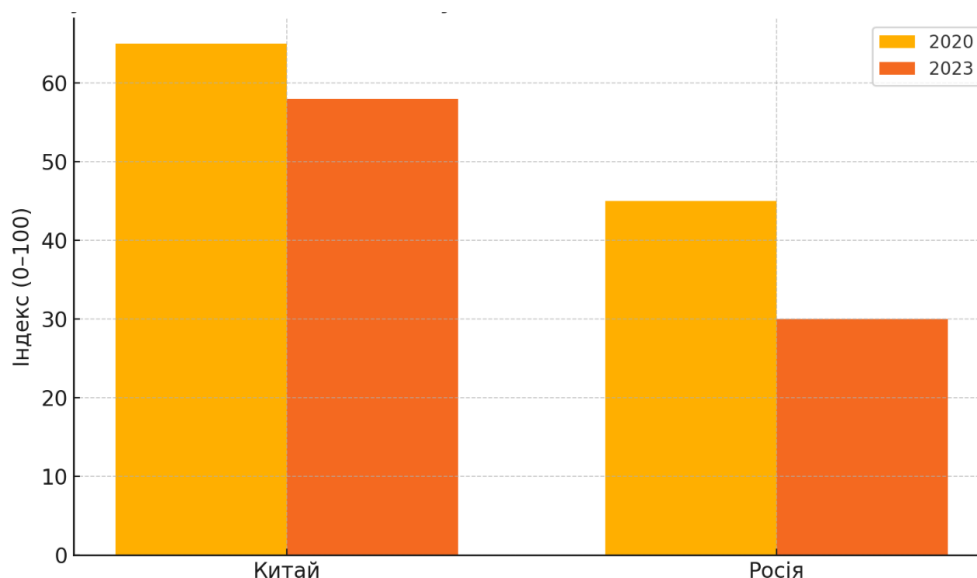


Рис. 4. Зниження індексу м'якої сили Росії та Китаю (2020–2023)

Джерело. укладено авторами на основі [8, с. 20]

Падіння довіри до зазначених держав також проявляється у зменшенні кількості іноземних студентів, скороченні туристичних потоків і зниженні активності в міжнародних культурних і наукових проєктах. Особливо показовим є згортання партнерства з провідними університетами США, Великої Британії та Німеччини – традиційними центрами м'якої сили. Зниження попиту на культурні продукти Росії та Китаю, зокрема фільми, літературу та освітні програми, засвідчує комплексну деградацію репутаційного капіталу авторитарних режимів у глобальному гуманітарно-культурному вимірі [9].

На цьому тлі демократичні країни, що зіштовхуються з новими викликами безпеки, активно переглядають свої стратегії м'якої сили. Акцент зміщується на інтегровані комунікаційні кампанії, розвиток цифрової дипломатії, культурну мобільність та захист інформаційного простору. Країни Центральної та Східної Європи – зокрема Україна, Польща, Чехія та держави Балтії – формують нову етику міжнародної комунікації, що базується на відкритості, солідарності та протидії дезінформації.

Значущим є розвиток концепції «ціннісної дипломатії», яка акцентує не лише на поширенні культурного продукту, а й на позиціонуванні держави як носія моральних принципів – прав людини, свободи слова, суверенітету, рівності. Такий підхід формує емоційне залучення аудиторій і зміцнює легітимність держави як морального авторитету у глобальному дискурсі [10, с. 6]. Також посилюється роль горизонтальних комунікацій, коли громадянське суспільство, митці та цифрові лідери думок стають активними агентами м'якої сили. Це особливо помітно в українському контексті, де волонтерські ініціативи, благодійні заходи та мистецькі акції зміцнюють позитивне сприйняття України за кордоном.

У багатополярному світі м'яка сила дедалі більше втрачає централізований характер. Ефек-

тивність зовнішньої політики залежить від здатності поєднувати офіційні та неформальні канали комунікації, створювати мережі довіри та співпраці, що базуються на спільних цінностях, а не лише стратегічних інтересах.

Висновки. Проведене дослідження підтверджує, що м'яка сила є важливим і дедалі актуальнішим інструментом міжнародного позиціонування держав, особливо в умовах геополітичної нестабільності та збройного протистояння. Аналіз українського кейсу засвідчив, що стратегічне поєднання публічної дипломатії, ціннісної комунікації та цифрових платформ може суттєво підвищити міжнародний імідж держави навіть у кризових умовах.

Динаміка підвищення позицій України у світових рейтингах м'якої сили демонструє ефективність її зовнішньої комунікаційної політики, побудованої на прозорості, відкритості, моральному авторитеті та активному використанні культурних і гуманітарних ресурсів. Визначальну роль у цьому процесі відіграє цифрова дипломатія, яка забезпечує широке охоплення аудиторії, оперативне спростування дезінформації та формування позитивного наративу про державу.

М'яка сила в умовах гібридних загроз трансформується з додаткового елементу зовнішньої політики на її ключовий компонент. Стратегічне управління репутацією, активне залучення громадянського суспільства та використання цифрових комунікацій створюють нову парадигму гуманітарного впливу в міжнародних відносинах XXI століття.

Перспективи подальших досліджень полягають у поглибленому аналізі механізмів горизонтальних комунікацій, оцінці ефективності культурної дипломатії в постконфліктних суспільствах, а також розробці моделей інтеграції бренд-нації у стратегії національної безпеки та міжнародної співпраці.

Бібліографічний список:

1. Anholt S. *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2007. 134 p.
2. Brand Finance. *Global Soft Power Index 2023: The Annual Report on World's Top Soft Power Nations*. London: Brand Finance, 2023. URL: <https://brandfinance.com/reports/global-soft-power-index-2023>
3. d'Hooghe I. *The Expansion of China's Public Diplomacy System* // *Clingendael Diplomacy Papers*. 2011. № 12. URL: https://www.clingendael.org/pub/2011/the_expansion_of_chinas_public_diplomacy_system
4. Howard P., Bradshaw S., Kollanyi B. *Ukraine's Information Strategy During Wartime: A Case Study in Digital Diplomacy*. Oxford Internet Institute, 2023. URL: <https://www.oii.ox.ac.uk/publications/ukraine-digital-diplomacy-2023.pdf>
5. Kurlantzick J. *Charm Offensive: How China's Soft Power is Transforming the World*. New Haven: Yale University Press, 2007. 306 p.
6. Leonard M. *Public Diplomacy*. London: Foreign Policy Centre, 2002. 76 p.
7. Nye J. *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs, 2004. 208 p.
8. Nye J. *The Future of Power*. New York: Public Affairs, 2011. 320 p. URL: <https://www.project-syndicate.org/commentary/the-future-of-american-soft-power-by-joseph-s-nye-2025-05>
9. Nye J., Neubert M. *Power and Interdependence in the Information Age*. *Foreign Affairs*. 2012. Vol. 91(6). C. 75–84.
10. Portland Communications. *The Soft Power 30 Report*. 2021. URL: <https://softpower30.com>
11. Seib P. *Public Diplomacy and the Rise of the "Brand State"*. // *The Hague Journal of Diplomacy*. 2022. Vol. 17(2). P. 143–162. DOI: <https://doi.org/10.1163/1871191X-bja10085>

References:

1. Anholt, S. (2007). *Competitive identity: The new brand management for nations, cities and regions*. Palgrave Macmillan.
2. Brand Finance. (2023). *Global Soft Power Index 2023: The annual report on world's top soft power nations*. Brand Finance. Available at: <https://brandfinance.com/reports/global-soft-power-index-2023>
3. d'Hooghe, I. (2011). *The expansion of China's public diplomacy system* (Clingendael Diplomacy Papers No. 12). Netherlands Institute of International Relations. Available at: https://www.clingendael.org/pub/2011/the_expansion_of_chinas_public_diplomacy_system
4. Howard, P. N., Bradshaw, S., & Kollanyi, B. (2023). *Ukraine's information strategy during wartime: A case study in digital diplomacy*. Oxford Internet Institute. Available at: <https://www.oii.ox.ac.uk/publications/ukraine-digital-diplomacy-2023.pdf>
5. Kurlantzick, J. (2007). *Charm offensive: How China's soft power is transforming the world*. Yale University Press.
6. Leonard, M. (2002). *Public diplomacy*. Foreign Policy Centre.
7. Nye, J. S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. Public Affairs.
8. Nye J. *The Future of Power*. New York: Public Affairs, 2011. 320 p. Available at: <https://www.project-syndicate.org/commentary/the-future-of-american-soft-power-by-joseph-s-nye-2025-05>
9. Nye, J. S., & Neubert, M. (2012). *Power and interdependence in the information age*. *Foreign Affairs*, 91(6), 75–84.
10. Portland Communications. (2021). *The Soft Power 30 report*. Available at: <https://softpower30.com>
11. Seib, P. (2022). *Public diplomacy and the rise of the "brand state"*. *The Hague Journal of Diplomacy*, 17(2), 143–162. DOI: <https://doi.org/10.1163/1871191X-bja10085>