

В.М.Остаповець – студентка 4 курсу
ОПП «Міжнародні відносини»
факультету міжнародних відносин
Волинського національного університету
імені Лесі Українки

КОНЦЕПЦІЯ «М'ЯКОЇ СИЛИ» У СИСТЕМІ СУЧАСНОЇ ЗОВНІШНЬОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

Науковий керівник:

С.М.Кулик – кандидат політичних наук,
доцент кафедри міжнародних відносин
факультету міжнародних відносин
ВНУ імені Лесі Українки

У сучасній системі міжнародних відносин воєнно-політичні методи поступово поступаються місцем комунікаційним і культурним, тому все більшого значення набуває феномен «м'якої сили» (soft power). Цей термін увів у науковий обіг американський політолог Дж.Най, який визначив його як «здатність досягати бажаного через привабливість, а не примус чи матеріальну вигоду» [1].

«М'яка сила» спирається на три основні ресурси: культуру, політичні цінності та зовнішню політику. Вона відрізняється від «жорсткої сили» тим, що впливає не через примус, а через привабливість, довіру й емоційне залучення. На думку Дж.Найя, у ХХІ ст. держави, які ефективно поєднують «м'яку» та «жорстку силу», формують «розумну силу» (smart power) – збалансовану стратегію зовнішнього впливу [1]. Основні підходи до «м'якої сили» набувають реального змісту лише тоді, коли їх можна побачити в діях конкретної держави. Україна в останні роки активно використовує інструменти «м'якої сили» – через інформаційні, цифрові кампанії, культурні ініціативи, та через сотні різноманітних мікропроектів.

Україна ще донедавна майже не використовувала інструменти «м'якої сили», проте останніми роками почала активно застосовувати їх у своїй зовнішній політиці. Після проголошення незалежності Україна тривалий час залишалася у тіні великих держав і не мала сталого образу у світі. Однак на початку 2010-х рр. і особливо після Революції Гідності 2014 р. розпочалося активне осмислення ролі «м'якої сили» у зовнішній політиці. Українські культурні ініціативи, мистецтво, мова, історія, волонтерство, а також боротьба за свободу слова та права людини, демократичні цінності поступово стали головними чинниками позитивного сприйняття держави на міжнародній арені. Саме ці цінності є основою для формування нового образу країни у міжнародній свідомості. Важливим чинником також є волонтерський рух, який після подій 2014 р. став символом відповідальності та згуртованості українського суспільства.

Повномасштабна війна 2022 р. кардинально змінила особливості реалізації «м'якої сили» України. З початком агресії росії українська «м'яка сила» трансформувалася в моральну і гуманітарну складову, що отримала особливу міжнародну підтримку. Саме після початку війни Україна почала використовувати «м'яку силу» по-новому – через комунікаційні кампанії, культурні проекти та співпрацю зі світом.

Виділимо декілька головних проектів, що були започатковані, щоб показати Україну сучасною, відкритою і сильною у своїй людяності. Одним із перших масштабних була національна бренд-кампанія «Ukraine NOW», офіційно презентована у травні 2018 р. Її розробила креативна агенція «Banda Agency» за участі Міністерства інформаційної політики України. Метою проєкту було створити єдиний сучасний бренд країни, який би асоціювався з динамічною, відкритою та інноваційною державою. Бренд отримав нагороди «Red Dot Design Award» 2018 р. та «Effie Awards Ukraine» 2019 р. у номінації «Corporate Identity» («Корпоративна айдентика»). Зокрема, відзначили сучасність, лаконічність і гнучкість дизайну, що легко адаптується до різних форматів – від державних сайтів і документів до туристичних кампаній і сувенірної продукції. Візуальна

мова бренду виявилася зрозумілою для міжнародної аудиторії та водночас зберегла національну ідентичність. Наступного року, 2019 р., бренд «Ukraine NOW» потрапив до фіналістів «Effie Awards Ukraine» у категорії «Політичні та патріотичні кампанії, державні програми». Ця відзнака підтвердила не лише креативність, а й ефективність бренду як державної комунікаційної стратегії. Завдяки продуманій візуальній концепції кампанія істотно підвищила впізнаваність України у світі, сприяючи формуванню її позитивного міжнародного іміджу. Відоме гасло «Ukraine NOW» стало універсальним підписом для туристичних, культурних і ділових ініціатив. У плані «м'якої сили» ця кампанія була одним із перших кроків до системної комунікації України зі світом, заклавши фундамент для подальших іміджевих стратегій [6].

Ефективним проектом виявилася кампанія «Be Brave Like Ukraine». Її запустили у квітні 2022 р. під час повномасштабного вторгнення росії. Головна її ідея – показати світу українську сміливість, силу духу та незламність. Кампанію теж розробила «Banda Agency» спільно з Офісом Президента України, Міністерством культури та Міністерством цифрової трансформації України. Слоган з'явився на білбордах у різних країнах Європи, США та Канади, а в соціальних мережах активно поширювали хештег #BRAVEUKRAINE. Ця фраза стала культовою і набула символу національної ідентичності. Завдяки простому, але глибокому посланню кампанія швидко здобула міжнародне визнання, адже замість звичних дипломатичних повідомлень держава звернулася до емоцій, сміливості й людяності цінностей, що їх розуміють люди у будь-якій країні світу [3]. Кампанія мала потужний моральний вплив: вона не лише посилила позитивний імідж держави, а й допомогла сформувати нове бачення України – її почали асоціювати зі сміливістю, боротьбою за свободу та незламністю. Протягом короткого часу «Be Brave Like Ukraine» вийшла за межі комунікаційного проекту, перетворившись на символ взаємопідтримки, що об'єднав українців і світову спільноту [2].

Ще одним вдалим прикладом ефективної комунікації є проєкт «UNITED24», ініційований Президентом України В.Зеленським у 2022 р. Це офіційна платформа для збору коштів на підтримку України – оборону, медицину та відбудову. Однак її значення більше, аніж звичайна благодійність. UNITED24 – це сучасний інструмент публічної дипломатії, що демонструє відкритість і довіру України до міжнародної спільноти. Завдяки прозорій звітності, партнерствам із відомими світовими брендами й амбасадорам серед відомих і авторитетних осіб, таких як: Андрій Шевченко, Іма Макконкі чи Лів Тайлер, ця платформа стала не лише засобом фінансової підтримки, а й важливим елементом позитивного іміджу держави у світі. Вона переконує, що Україна не просить допомоги пасивно, а діє активно, організовано й технологічно, що формує довіру та симпатію до країни.

За офіційною інформацією, станом на 2025 рік за допомогою платформи UNITED24 зібрано понад 1,4 млрд дол. США. Ці кошти спрямовують на відбудову інфраструктури, закупівлю медичного обладнання, гуманітарні потреби та підтримку Збройних Сил України. Платформа об'єднала донорів зі 110 країн світу і довела, що українська «м'яка сила» здатна проявляти себе не лише через культуру чи комунікацію, а й через солідарність, відповідальність та довіру [5].

Ще одним важливим напрямом реалізації української «м'якої сили» стала культурна дипломатія, що її активно просуває Український інститут (Ukrainian Institute). Ця установа була створена у 2017 р. при Міністерстві закордонних справ України з метою представлення української культури за кордоном. Серед її ключових проєктів – участь України у міжнародних виставках, книжкових ярмарках, фестивалях, організація культурних тижнів у країнах Європи. Наприклад, програми *Ukraine Lab*, *Culture for Change* та *Visualize Ukraine* спрямовані на розвиток культурного обміну й знайомство іноземців із сучасною українською музикою, літературою та дизайном. Завдяки цьому формується нове бачення України як держави з багатою культурою, відкритою до діалогу та співпраці.

Важливу роль у просуванні України відіграє ініціатива «Ukraine House Davos», що діє у межах Всесвітнього економічного форуму в Давосі. Вперше її організували у 2018 р., і відтоді вона стала традиційним майданчиком для представлення українських

досягнень у сфері технологій, культури та бізнесу. Щороку *Ukraine House Davos* збирає світових лідерів думок, інвесторів, дипломатів та журналістів. Саме за допомогою таких заходів формують позитивний політичний і економічний імідж держави, що є одним із ключових завдань «м'якої сили».

Ще одним прикладом вдалого використання публічної дипломатії є мультимедійна виставка «Ukraine WOW». Її започаткували у 2019 р. спільно з «Укрзалізницею». Проєкт презентував історію, природу, культуру та інновації України через інтерактивний формат. Виставку відвідало понад 330 тис. осіб, що зробило її однією з наймасштабніших культурних подій в історії сучасної України. *Ukraine WOW* показала, що «м'яка сила» може бути реалізована не лише на міжнародному рівні, а й усередині країни, формуючи гордість українців за власну культуру та державу [4].

Важливим елементом сучасної «м'якої сили» стала інформаційна кампанія #StandWithUkraine, яка поширилася у 2022 р. по всьому світу. Вона виникла спонтанно як глобальний рух підтримки, але швидко переросла у потужну комунікаційну платформу. Мільйони користувачів у соціальних мережах, відомі політики, спортсмени та бренди використовували цей хештег, демонструючи солідарність із Україною. Кампанія стала своєрідним «індикатором співчуття» й водночас каналом для поширення правдивої інформації про події в Україні, що особливо важливо в умовах гібридної війни.

Висновки. Усі ці проєкти різні за форматом, але об'єднані спільною метою – показати Україну сучасною, відкритою і сильною. Сучасна українська зовнішня політика поступово набуває культурно-комунікаційних особливостей. Якщо раніше дипломатія переважно концентрувалася на політичних переговорах, то сьогодні Україна активно використовує силу бренду, історії, мистецтва та медіа. І хоча потенціал «м'якої сили» ще не реалізований повністю, але вже зрозуміло, що ці проєкти суттєво змінили те, як світ бачить Україну. Показуючи, Україну не лише, як жертву агресії, а країну, що надихає, об'єднує і задає моральний тон міжнародним відносинам. Водночас усі ці ініціативи продемонстрували здатність України працювати з міжнародною аудиторією на рівні емоцій, символів та спільних цінностей. Саме такий формат комунікації формує довготривалу підтримку, яка не залежить лише від політичної ситуації. Важливо й те, що Україна почала системно залучати «м'яку силу» через створення культурних інституцій, державних платформ та міжнародних партнерств.

Джерела та література:

1. Author A. Title of the article. Journal name. 2023. Volume, Number. P. Pages. URL: <https://doi.org/10.15421/172571> (дата звернення: 01.11.2025).
2. Brave.ua. URL: <https://brave.ua/> (дата звернення: 15.11.2025).
3. Smith J. Brave like ukraine: a critical discourse perspective on ukraine's wartime brand. Journal of discourse studies. 2023. Vol. 15, №4. P. 123-145. URL: https://www.researchgate.net/publication/364031086_Brave_Like_Ukraine_A_critical_discourse_perspective_on_Ukraine's_wartime_brand (дата звернення: 10.11.2025).
4. Ukraine-wow. *ukraine-wow*. URL: <https://ukrainewow.org/> (дата звернення: 15.11.2025).
5. UNITED24 – the initiative of the president of ukraine. *UNITED24 – The initiative of the President of Ukraine*. URL: <https://u24.gov.ua/> (дата звернення: 10.11.2025).
6. Рутинський М.Й. Бренд «Ukraine NOW» як інструмент формування позитивного іміджу України на світовому ринку. *Туристичний бренд як фактор формування позитивного іміджу України на світовому ринку: 3б. матер. Всеукр. наук.-практ. Інтернет-конф.* Львів: ЛІЕТ, 2020. С. 13-24.
