

19. Putin, V. V. (2012). Rossiya i menyayushhijsya mir [*Russia and the changing world*]. Rossijskaya gazeta, 27 fevralya. URL: <https://rg.ru/2012/02/27/putin-politika.html>
20. Rubo, O. P. Mnogopolyarnyj mir: videnie v ES i Kitae [*A multipolar world: EU's and China's visions*]. URL: <https://lib.vsu.by/xmlui/bitstream/handle/123456789/6468/%d0%9e.%d0%9f.%20%d0%a0%d1%83%d0%b1%d0%be.pdf?sequence=1&isallowed=y>
21. Sakva, R. (2016). Rossiya protiv vsekh: krizis mirovogo porjadka posle xolodnoj vojny [*The crisis of world order: Russia's impasse and resistance*]. Polis. Politicheskie issledovaniya, 6, 52–68. URL: http://www.politstudies.ru/files/file/2016/6/polis_06_2016-sakva.pdf
22. Shevcova, L. (2010). Odinskaya derzhava: Pochemu Rossiya ne stala Zapadom i pochemu Rossii trudno s Zapadom [*A lonely power: Why Russia didn't become the West and why it is difficult for Russia with the West*]. Moskva: ROSSPEN. URL: https://carnegieendowment.org/files/shevcova_power.pdf

УДК 32.019.51

ФАКТОР МІЖНАРОДНОГО ІМІДЖУ В ГІБРИДНІЙ ВІЙНІ

Магда Євген

Автор статті аналізує роль і місце міжнародного іміджетворення в контексті гібридної загрози. Проаналізовано складові іміджу держави, фактори, які впливають на сучасний стан міжнародного іміджу України. Наголошено на тому, що в нинішніх умовах гібридного протистояння з Російською Федерацією імідж України на міжнародній арені стає ключовим елементом міжнародної комунікації, адже в тому числі забезпечує виживання України та її здатність протистояти агресору. Автор пропонує власне бачення стратегії і тактики розвитку міжнародного іміджу України, виділяє основні стратегічні завдання та накреслює тактичні напрями їх реалізації, серед яких – робота зі ЗМІ та лідерами думки, формування таргетованих меседжів тощо. Автор робить висновок, що основою для формування позитивного міжнародного іміджу країни є імідж всередині країни, привабливий та реалістичний.

Ключові слова: *гібридна війна, інформаційна війна, міжнародний імідж, позиціонування, українсько-російська війна.*

Імідж держави – це комплекс уявлень про країну, які формуються на основі чуток, ЗМІ, власного досвіду, це основа, що визначає, яку репутацію має країна у свідомості світової громадськості. За Д. Богуш, імідж України – це образ держави (країни) та її складових в уяві різних цільових груп на міжнародному,

національному та локальному рівнях. Складовими образу держави є інвестиційна привабливість, туристична атракційність, політична стабільність тощо [1, 15]. Імідж держави, і Україна тут не є винятком, це пазл. І його елементами є практично все – від кольорів костюмів лідерів держав до впізнаваності українських брендів.

Головним же є його специфічна природа. Як і будь-який імідж, це пластичний штучний конструкт, який піддається коригуванню, потребує технологічного наповнення і постійного «підживлення». З іншого боку, у міжнародному сприйнятті держави суттєве значення мають стереотипи.

Нині імідж є стратегічною цінністю держави, а надто в сучасному світі інформаційних та мережевих технологій, в одному ряду з потужною армією та потужною економікою. Імідж є однією з тих речей / факторів, які визначають місце країни у світовій системі міжнародних відносин. У сучасній теорії міжнародних відносин імідж держави розглядається як «м'яка» сила, яка набуває все більшого значення як інструмент реалізації міжнародної політики.

Російська агресія в Україні актуалізувала проблему ролі іміджевого складника в гібридній війні. В нинішніх умовах позитивний імідж став запорукою виживання держави. Одним із наслідків агресії стало те, що Україна отримала можливість діяти наступально, розповідати про себе, використовуючи підвищену впізнаваність. Треба погодитися з тим, що разом із викликами гібридна агресія у 2014 р. принесла і можливості для відповідей.

У сучасному світі одним з інструментів формування іміджу держави є виразна й заснована на сучасних цінностях зовнішня політика держави. Імідж України формується паралельно з її самостійністю в міжнародних відносинах, простори для маневру в обох поняттях перетинаються. Значною мірою уявлення про сучасних наших співвітчизників на Заході сформувалося через стереотипи попередніх епох, на які наклалися нові проекції.

Події на Євромайдані та Революція Гідності породили феномен інформаційного волонтерства, який після зміни влади в Україні почав доповнюватися освоєнням коштів західних донорів. У березні 2014 р. було створено Український кризовий медіацентр, завдання якого – «надавати світовій громадськості об'єктивну інформацію про події в Україні, виклики та загрози національній безпеці у військовій, політичній, економічній, енергетичній, гуманітарній сферах». Поява цього інформаційного майданчика дозволила дещо змістити інформаційні акценти у вигідному для України ключі.

Сьогоднішній стан іміджу України – це химерна суміш, в якій поєднуються орієнтація держави на демократичні зміни, природні багатства й унікальний транзитний потенціал, бюрократія і корупція, боротьба за європейські цінності й протистояння з Росією [2, 3].

Війна іміджів – це, насамперед, смислова війна, яка має на меті формулювання нових цінностей, нового бачення світу та відповідних оцінок тих чи інших подій, а відтак, і прийняття вигідних агресору рішень. Серед інструментів – акції прямого та фонового впливу, а ключова характеристика – довготривалий характер. При цьому цілі смислової війни, як й інформаційної, завжди у просторі фізичному, а не лише віртуальному.

Військова історія багата на приклади програних війн у медіапросторі, які призвели до програшу у просторі фізичному. Під час першої англо-бурської війни бури у британській пресі поставали в образі борців за свободу, а британцям дістався імідж пригноблювачів і, не бажаючи втягуватись у війну, британці підписали перемир'я. В цю ж модель протистояння борців за свободу та пригноблювачів загалом вкладається і перша телевізійна війна – в'єтнамська, а також перша чеченська війна. Медійний образ цілком реально здатний змінити баланс сил на полях бою незалежно від реальної військової потужності супротивників. Кроки на цьому шляху – створити поле для альтернативних інтерпретацій подій, змістити акценти, «змазати» кордони між агресором та жертвою, врешті, якщо це можливо, поміняти їх місцями.

Російська агресія в Україні актуалізувала проблему ролі іміджевої та інформаційної складової у гібридній війні, хоча й до того у колах військових експертів вона була досить популярною в контексті кейсу другої ліванської війни у 2006 р. [4]. Саме тоді вкотре, але з особливою гостротою, постало питання про важливість таких невійськових складових ведення війни, як інформаційна політика та імідж воюючих сторін. Завдяки інформаційній війні Ізраїлю, на думку багатьох експертів, було завдано стратегічної поразки. «Хезбалла» отримала психологічну перемогу, змістивши акцент у процесі прийняття рішення з військової площини в етичну та моральну, змусити обирати між уставом, правом, мораллю, врешті, дискредитувати противника, хай яке б рішення було прийнято, – ось ключові моменти, які забезпечили перевагу «Хезбалли». «Хезбалла» вміло маніпулювала світовими ЗМІ та громадською думкою для створення власного привабливого образу, поширення пропаганди та дезінформації проти Ізраїлю [5; 6].

На сучасному етапі видається необхідним визначити стратегічні цілі, яких має бути досягнуто в процесі формування іміджу України. На нашу думку, вони полягають у такому:

1. Застосування регіонально диференційованого підходу до формулювання образу України з урахуванням поточних інтересів та можливостей посилення позицій у тому чи іншому регіоні світу.

2. Відхід від традиційних шаблонів розуміння значення та місця України у світі та в Європі (не міст між Сходом і Заходом, не околиця Європи, і навіть не її брама).

3. Діяти на випередження – не заперечувати черговий фейк, а пропонувати актуальні новини, в разі потреби – забезпечуючи постійне оновлення інформації завдяки взаємодії приватних та державних медіа на основі захисту національних інтересів.

4. Варто підтримувати два рівні комунікації, що спирається на національні інтереси: урядовий – стратегічні комунікації, експертно-громадський – вільні руки та оперативне реагування.

5. Однозначно треба відмовитися від ідеологічних конструкції 30–40-х рр. ХХ ст. у державній політиці.

Виконання зазначених стратегічних завдань буде успішним, якщо тактику виконання розбити за кількома напрямками. Перший напрям – це робота з медіа та лідерами громадської думки. Тут на часі видаються такі заходи:

1. Організація стажувань українських журналістів у закордонних редакціях.
2. Організація прес-турів в Україну.
3. Проведення цільових лекторіїв з тем «Культурна дипломатія», «Історія України», «Брендинг нації» тощо.
4. Активізація співпраці МЗС з аналітичними центрами та неурядовими організаціями.

Не менш важливим напрямом тактичної роботи є систематична робота з громадянами власне України. Тут мають бути використані максимально таргетовані підходи для кожної соціальної групи. Опорою, безперечно, має стати молодь та креативний клас, адже їх не потрібно переконувати у важливості цілеспрямованих заходів із формування міжнародного іміджу України. Набагато більше зусиль доведеться витратити на переконання старших поколінь українців. Серед можливих та доцільних заходів варто також назвати:

1. Використання рекламних носіїв з великою кількістю візуальних контактів: зупинки громадського транспорту, поштові скриньки.
2. Проведення регулярних моніторингів сприйняття України в різних країнах із трансляцією їх результатів в Україну.
3. Робота з громадянами, які приїжджають в Україну – надання в місцях прибуття чи паспортного контролю актуальної інформації про державу, її традиції, особливості. Головний меседж – «Мирна країна великих можливостей».
4. Ініціювання акцій широкого охоплення для громадян, які регулярно бувають за кордоном («Моя частинка України» – фото з українським прапором у різних містах світу з поширенням у соціальних мережах, «Тут є українське» – фотозвіти про українські товари, придбані за кордоном).

5. Трансляція українською мовою ключових термінів – Крим, Донбас, незалежність.

XXI ст. не лише позначене найважчими за роки української незалежності випробуваннями. Культурні та смислові війни не нові, але в координатах гібридної загрози є небезпечні для України.

Безперечно, негативний імідж України підживлювався спровокованими скандалами, відповідною риторикою російських та афілійованих з РФ політиків, журналістів, публічних осіб. Але курс на руйнування доброго імені нашої держави став можливим лише тому, що Україна допустила це.

Протягом останніх років відбулися суттєві зрушення в питанні просування іміджу України у світі. Головний прогрес відбувся у сфері розуміння важливості цих заходів для виживання та розвитку української державності. Упродовж 2018 р. сталося кілька знакових у цьому напрямі подій. Перш за все варто згадати появу бренду України «Ukraine now», презентація якого відбулась на 10 травня 2018 р. 26 вересня того ж року Кабінет Міністрів затвердив брендбук «Ukraine now», тобто технічні стандарти щодо використання бренду. Не менш важливою подією стало заснування роботи Українського інституту в 2017 р. Інститут повноцінно розпочав свою діяльність влітку 2018 р.

Ці заходи ще рано оцінювати, вони фізично не мали часу дати результат. Цілком можливо, вони забезпечать прорив у справі формування позитивного іміджу України в світі. Але більш імовірним видається інший сценарій – у ньому правильно визначені цілі, копітка робота на роки наперед. Врешті, зазначена робота матиме сенс, якщо іміджеві конструкції будуть спиратися на перетворення всередині країни.

Abstract

International Image as a Factor of Hybrid Warfare. The essence of the concept of "international image", the specific formation of the international image of Ukraine from the time of independence. It notes the key role of the information component in the hybrid war. Analyzed the international image of Ukraine in the coordinates of the hybrid threats. Author proposes his own vision of the strategy and tactics of development of international image of Ukraine.

Key words: *hybrid warfare, information warfare, international image, positioning, Ukrainian-Russian war.*

ДЖЕРЕЛА ТА ЛІТЕРАТУРА

1. Богуш Д. А. Имидж Украины в современном контексте. Київ: 2007.
2. Міжнародний імідж України: міфи і реалії: аналітична доповідь УЦЕПД. URL: http://www.razumkov.org.ua/additional/analytical_report_NSD3_ukr.pdf
3. Що думають європейці про Україну? URL: http://iwp.org.ua/img/Ukr_poll_ukr_all.pdf
4. Davis J. R. Defending Future Hybrid Threats. *Military Review*. Fort Leavenworth, September–October 2013. № 5. P. 21–29.

5. Exum A. Hizballah at War: A Military Assessment. *Policy Focus*. 2006. № 63. P. 7.
6. Johnson D. E. Military Capabilities for Hybrid War. Insights from the Israel Defense Forces in Lebanon and Gaza / RAND Corporation. URL: http://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/occasional_papers/2010/RAND_OP285.pdf

References

1. Bogush, D. A. (2007). Imidzh Ukrainy v sovremennom kontekste. Kiyv.
2. Mizhnarodnyy imidzh Ukrayiny: mify i realiyi: analitychna dopovid' UTSEPD. URL: http://www.razumkov.org.ua/additional/analytical_report_NSD3_ukr.pdf
3. Shcho dumayut' yevropeytsi pro Ukrayinu? URL: http://iwp.org.ua/img/Ukr_poll_ukr_all.pdf
4. Davis, J. R. (2013). Defending Future Hybrid Threats. *Military Review*. Fort Leavenworth, September–October, 5, 21–29.
5. Exum, A. (2006). Hizballah at War: A Military Assessment. *Policy Focus*, 63, 7.
6. Johnson, D. E. Military Capabilities for Hybrid War. Insights from the Israel Defense Forces in Lebanon and Gaza / RAND Corporation. URL: http://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/occasional_papers/2010/RAND_OP285.pdf

УДК 327.8 (5-15)

СУЧАСНА ГЕОПОЛІТИКА БЛИЗЬКОГО СХОДУ У КОНТЕКСТІ ЗМІН СВІТОВОГО ПОРЯДКУ

Швед В'ячеслав

Аналізується сучасний геополітичний баланс у Близькосхідному регіоні. Головними чинниками формування його нового ландшафту є зміна моделі присутності в регіоні Сполучених Штатів, геополітичне суперництво між глобальними та регіональними центрами сили – США, Росією, Іраном, Туреччиною, Саудівською Аравією та Ізраїлем, що призводить до нового водорозділу між регіональними акторами і до створення нових альянсів і блоків. Проявом такої зміни ролі США у Близькосхідному регіоні стало рішення Д. Трампа про вихід американських військ із Сирії, що матиме серйозні геополітичні наслідки.

США намагаються мобілізувати своїх союзників у регіоні в антиіранську коаліцію за допомогою такого воєнно-політичного проекту, як Близькосхідний стратегічний альянс (Middle East Strategic Alliance). Відбувається певне зближення позицій Ізраїлю та низки арабських країн Затоки, однак цей процес натикається на невирішеність палестинської проблеми та арабську громадську думку. Варшавська міністерська конференція з питання Близького Сходу стала черговою спробою США зміцнити антиіранську коаліцію та зблизити Ізраїль з арабським світом.

Ключові слова: *Близький Схід, геополітика, США, Саудівська Аравія, Іран, Ізраїль, Близькосхідний стратегічний альянс.*