

Б. Жұмаділ , Э.Е. Ибраева* , А. Жанысбаева 

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия Ұлттық Университеті, Қазақстан, Астана қ.

*e-mail: astana07@yandex.ru

ӘЛЕМДІК АҚПАРАТТЫҚ-ИМИДЖДІК САЯСАТТАҒЫ ЖҰМСАҚ КҮШ ТҰЖЫРЫМДАМАСЫ: СЫН-ТЕГЕУРІНДЕР КОНТЕКСТІНДЕ

Қазіргі кезде мемлекеттер арасында бәсекелестік жоғары деңгейде, осыған сәйкес мемлекеттер өзара бір-бірінен озық болуға, танымалдығын арттыруға, ықпалын тигізуге жұмсақ күш саясатын қолданып жатыр. Ал жұмсақ күштің барлық саласын өз қызығушылығына сәйкес жүзеге асыру және ол арқылы имиджін тарату ақпарат ағыны арқылы өте тиімді болды. Осыған сәйкес зерттеу жұмысының мақсаты – ғалымдардың еңбектері мен зерттеулеріне сүйене отырып, ақпараттық-имидждік саясат бағытында жұмсақ күшті пайдалану деңгейінің оң және теріс тұстары, салдары мен мүмкіншіліктерін талдау.

Әлем бойынша өз беделін ұстап тұру және оны одан әрі дамыту жолында мемлекеттер үшін өзекті мәселе – ақпараттың жарық жылдамдығындай тез таралатын дәуірінде оның ешқандай бұрмалаусыз, шынайы әрі дәл жетуі болып отыр. Бұл мәселемен күрес кез келген мемлекет үкіметінің алдында тұрған қажетті шешімді қабылдау және жалған ақпараттан сақтану шараларын әрдайым жүргізуге негізделеді. Себебі, әлем халқының жартысынан көп бөлігі интернеттің қолжетімділігіне ие болып отырғандықтан, олардың түсініспеушілік, тіпті даулы мәселелерді тудыратын жайтқа тап болуы айқын. Ал бұл мемлекет имиджі мен беделінің төмендеуіне алып келетіндігі белгілі. Одан басқа әлемнің кез келген бұрышынан хабардар болып отыратын аудитория үшін мемлекеттің немесе оның жұмсақ күшін насихаттаушы тұлғалар, топтар мен ұйымдар да өздерінің әрбір әрекетіне мұқият болуы маңызды.

Сол себептен, мақаланың зерттеу әдістері ретінде ғалымдардың жұмсақ күш пен ақпараттық-имидждік саясаты ұғымдарының теориялық маңызын ашу арқылы мемлекеттер арасындағы өзекті мәселені жүйелі және салыстырмалы талдау, жалпы ғылыми көзқарас тұрғысынан тұжырымдау тәсілдері қолданылды.

Автор жұмсақ күштің мемлекет беделін қалыптастыруда алатын орны және оның әсері ақпараттың таралу көздері: әлеуметтік желі, дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдары, интернеттегі сайттар немесе кез келген онлайн платформалар тұрғысынан бағаланатынын алға тартады. Сонымен қоса бұл жолда мемлекеттердің жұмсақ күш салаларын күшейтумен қатар ақпараттың сүзгіден сараланып өтуі керектігіне баса назар аударады. Зерттеу жұмысының нәтижесі де осы талдауларға негізделеді.

Түйін сөздер: ақпараттық саясат, имидждік саясат, жұмсақ күш, әлемдік ақпарат, сын-тегеурін, интернет, медиа технологиялар.

B. Zhumadil, E.E. Ibrayeva*, A. Zhanysbaeva
L.N. Gumilyov Eurasian National University, Kazakhstan, Astana
*e-mail: astana07@yandex.ru

The concept of soft power in global information and image policy: in the context of challenges

Currently, competition between states is taking place at a high level. According to this, states are using soft power policy to be ahead of each other, to increase their popularity and influence. It has been very effective to implement all spheres of soft power according to one's own interests and spread its image through the flow of information. Accordingly, the purpose of the research work is to analyze the positive and negative aspects, consequences and possibilities of the level of soft power use on the eve of the information and image policy, based on the works and researches of scientists.

In order to maintain and further develop its reputation around the world, the main priority of the states is its accurate delivery without any distortion in the era of fast information spreading. The fight against this problem is based on the fact that any state government should always take measures to prevent disinformation. Since more than half of the world's population has access to the Internet, it is clear that they are faced with something that causes misunderstandings and even disputes. This, in turn, leads to a decrease in the state's image and reputation. In addition, it is important for an informed audience

from every corner of the world that individuals, groups and organizations promoting the state or its soft power are also careful in their actions.

That is why, as research methods systematic and comparative analysis of the current issue between states, methods of general scientific approach were used by revealing the theoretical significance of the concepts of soft power and information-image policy.

The authors asserts that the place of information policy in the formation of the state's reputation of soft power, and its effect is evaluated in terms of the sources of information distribution: social networks, traditional mass media, websites and online platforms. The results of the research are based on these analyses.

Keywords: information policy, image policy, soft power, world information, criticism, Internet, media technologies.

Б. Жумадил, Э.Е. Ибраева*, А. Жанысбаева

Евразийский Национальный Университет имени Л.Н. Гумилева, Казахстан, г. Астана

*e-mail: astana07@yandex.ru

Концепция мягкой силы в глобальной информационно-имиджевой политике в контексте челленджей

В настоящее время обостряется конкуренция между государствами на самом высоком уровне. Страны-лидеры используют политику мягкой силы, чтобы опередить друг друга, повысить свою популярность посредством информирования в выгодном для себя ракурсе. Целью исследовательской статьи является анализ положительных и отрицательных сторон, последствий и возможностей использования мягкой силы в информационно-имиджевой политике, проведенный на основе контент-анализа научных исследований и разработок в данной сфере.

В эпоху главенства информации немаловажным приоритетом любого государства становится точное и неискаженное информирование о деятельности всех структурных подразделений, имиджевых компонентах и др. Это влияет на репутацию и имидж страны как внутри, так и за рубежом. Борьба с фейками и дезинформацией строится на превентивных мерах. Широкий доступ к интернету, низкий уровень контроля деструктивного контента, потоки противоречивых сведений – приводят к тому, что аудитория сталкивается с малопонятной, неполной, субъективной, ангажированной информацией. Это, в свою очередь, ведет к снижению имиджа и репутации государства и его лидеров. Кроме того, для информированной аудитории из любого уголка мира важно, чтобы отдельные лица, группы и организации, продвигающие государство или его мягкую силу, также были осторожны и корректны в своих высказываниях.

В качестве методов исследования в статье были использованы системный и сравнительный анализ, методы общенаучного подхода к выявлению теоретической значимости понятий мягкой силы и информационно-имиджевой политики ученых.

Авторы утверждают, что место информационной политики в формировании репутации государства как «мягкой силы» и ее влияние оцениваются с точки зрения источников распространения информации: социальные сети, традиционные СМИ, сайты в интернете или любые онлайн-площадки. Результаты исследования также основаны на этих анализах.

Ключевые слова: информационная политика, имиджевая политика, мягкая сила, мировая информация, критика, интернет, медиатеchnологии.

Кіріспе

XX ғасыр әлемдік тарихи жүйенің түбегейлі өзгеруіне әсер еткен, әрі әртүрлі оқиғаларға толы ғасыр болды. Көптеген мемлекеттердің саяси режиміне және өмір сүру стиліне тікелей және жанама әсер еткен оқиғалар – дүниежүзілік соғыстар, ғылымның прогрессивті дамуы және технологиялық ашулар, мемлекеттердің арасында өзара бәсекелестік секілді бұрын соңды болмаған өте үлкен өзгерістер орын алды. Енді мемлекеттер арасында бәсекелестік күшейіп, олар экономикалық, әлеуметтік, саяси тұрғыдан

өздерін мықты етіп көрсетуге, имиджін танытуға, бай мемлекеттердің қатарында болуға ұмтылды. Бұл үдеріс мемлекеттердің халық санына, жер көлеміне, саяси режиміне, экономикалық дамуына және ресурс түрлерінің әртүрлі болуына қарай бір-бірінен өзгешеленді. Кейбір мемлекеттер үшін пайдалы қазбалар экономикасын көтеруге басты құрал болса, кейбір мемлекеттер үшін адами ресурсты тиімді пайдалану басты назарға алынды. Осы тұста өткен ғасырдың бірінші жартысынан бастап мемлекеттер арасында әртүрлі жағдайларда әлемдік қоғамдастық алдындағы имиджін өзгерту және жақсарту

науқандары басталды. Халықаралық аренада өз беделін орнықтыру мақсатында көптеген ел саяси режимінің өзгеруін, мемлекеттік жүйенің өзгеруін және жаңа реформаларды жүзеге асыруды белгілеу үшін әлемде өздері туралы қалыптасып қалған идеяларды енді өзгертуге тырысты.

Әлемдік деңгейде өз беделін қалыптастыруды қолға алған мемлекеттер, имиджін таныту жолында және сырқы қарым-қатынастар мен халықаралық қоғамдастық алдында ерекше құрметке ие болды, әрі бұл мемлекеттер өздерін танытуда айтарлықтай жетістікке жетті. Бұндай мемлекеттердің қатарына келесідей тізімді жатқызуға болады: Ирландия, Испания, Жаңа Зеландия, Австралия және тағы басқалары. Дегенмен, әлемдік саясатта өз беделін қалыптастыруға тек бұл мемлекеттер ғана емес, сонымен қатар Азия және Африка мемлекеттері де белсенді кірісе бастады. Тек әр мемлекет үшін бұл үдеріс әртүрлі уақыт кезеңінде бастау алды.

Ал Қазақстанның әлемдік аренада өз беделін қолға алу саясаты тәуелсіздік алған жылдардан бері жасалып келе жатқан дүние. Бұл тұрғыда тек ақпараттық саясат қана емес, Қазақстанның дипломатиялық әлеуетін, басынан бастап ұстанған көпвекторлы саясатын атап өткен жөн. Ел егемендігін енді алған сәтте Қазақстанның әлемдік аренада оң имиджін қалыптастыру өте маңызды болды, өйткені қалай да елге инвестициялар тартып, мемлекетті өтпелі кезеңнен алып өту керек болды. Ал мұндай сындарлы шақта ақпараттық жұмсақ күш саясатының өзекті болғаны түсінікті.

Қазіргі жаһандану мен интернет ағыны дәуірінде мемлекеттер өз имиджін бұрынғыдай қатты күш саясаты арқылы емес, керісінше тікелей залал келтірмейтін, бірақ өз дегенін орындай жүзеге асыруға мүмкіндік беретін жұмсақ күш арқылы қалыптастырып жатыр. Жұмсақ күш концептінің астарында ақпарат, мемлекет туралы жаңалық, мәдениет, өнер, БАҚ, туризм (көп мемлекеттер үшін өзекті сала) секілді кез келген адамға жағымды әсерін тигізетін салалар жатыр. Бұл жұмсақ күш концептіне негізделген саясат мына мемлекеттерде айқын байқалады: Корея Республикасы, Біріккен Араб Әмірлігі, Малайзия, Польша, Тайланд, Латвия, Қытай, Сингапур, Индия.

Жұмсақ күш ұғымы Джозеф Найдың (2004) анықтамасы бойынша келесідей тұжырымдалады: бұл («soft power») – саяси биліктің бір түрі және ол арқылы саяси билік өз қалауларын

ешқандай күш қолданбастан жүзеге асырады. Жұмсақ күш қатты күшке қарағанда құрылымы мен орындалу жүйесі күрделірек. Жұмсақ күш шеңберінде тұтынушы әсер етуші актордың мәдени-семантикалық өміріне еніп, оның ұлттық мүддесін өзінің мүддесі ретінде біртіндеп қабылдай бастайды. Басқаша айтқанда, «жұмсақ күш» бейнесі жасырын түрде азғыру стратегиясы секілді сипатта болады. Сонымен қатар, жұмсақ күш ұғымына жоғарыда атап өткендей көптеген сфералар кіреді. Оның құрамына келесідей ресурстарды жатқызуға болады: сыртқы саясат, экономика, спорт, мәдениет, білім және ғылым саласы, туризм, медиа және т.б.

Ал ақпараттық және имидждік саясат тұжырымдамасы өте көлемді және күрделі процестердің тұтас кешенін қамтиды: құқықтық реттеу, сөз бостандығы және ақпарат көздеріне қолжетімділіктен бастап, БАҚ өнімдерінің моральдық-этикалық сипаттамаларына, олардың бұқаралық сана мен ақпараттық қауіпсіздікке әсері кіреді. Ақпараттық саясаттың анықтамасын В.Д. Попов (2004) былай деп тұжырымдайды: ақпараттық саясат – саяси субъектілердің мемлекеттің және азаматтық қоғамның мүддесі үшін ақпараттың көмегімен адамдардың санасына, психикасына, олардың мінез-құлқы мен қызметіне әсер ету қабілеті. Ақпараттық қоғамдық қатынастар немесе ақпаратты жинақтайтын, қалыптастыратын, талдайтын, тарататын және жеке тұлғаның, қоғам мен мемлекеттің мүддесі үшін пайдаланатын субъектілер арасындағы қатынастар. Ақпараттық-имидждік саясат ғылыми білімнің саласы ретінде ақпараттық саланың даму тенденциялары, заңдылықтары, ақпараттық процестер, олардың дамуын талдау және болжау әдістері, бұқаралық коммуникациялардың бұқаралық ақпарат құралдарына әсерін анықтап, ақпарат ағынын басқару арқылы мемлекет өзінің тек мықты тұстарын көрсету, таныту науқандарын пайдаланады.

Жаһандану үдерісінің арқасында жұмсақ күш стратегиялары жаңаша бағытта өсіп келе жатқан бұқаралық ақпарат құралдары ағынына сәйкес келіп, қазіргі таңда ақпараттық-имидждік саясаты саласы миллиондаған адамдардың санасына жаһандық әсер ететін теңдесі жоқ ресурсқа айналды. Интернеттің арқасында қазір басқа кез келген саяси құралдардың ішінде медиа стратегиялардың насихаттау және әсер ету күші әлдеқайда күштірек ықпал етеді.

Ғылыми әдіснама

Интернет пен технология нысандары адамдарға бұрын байланыс орнатуға кедергі болған географиялық шекаралардан шығуға мүмкіндік берді және адамдар қол жеткізе алмаған әлеуметтік және саяси тәжірибе туралы ақпарат ауқымына ие болуға мүмкіндік берді (Giddens, 1991). Қазіргі таңда өндірілетін ақпарат көлемі сапасына қарамастан күн санап артып келеді. И.Н. Панарин ақпарат өркениет дамуының жаңа дәуіріне қадам басқан адамзаттың ғаламдық, негізінен сарқылмайтын ресурсына айналды деп есептейді (Панарин, 2006). Ақпарат ағыны – тұтынушылардың санасын өзіне баурап алуға бағытталған, және сананы сендіру арқылы басқарудың күшті құралы болып отыр.

Халықаралық аренада өз позициясын жоғалтуға қарсы қорғаныс құралы ретінде жаһандық ақпараттық кеңістікте мықты имиджді қалыптастыру қажеттілігі қай мемлекет болмасын өзекті мәселе. Демек, мемлекеттің маңызды нысанының бірі – оның имидждік әлеуеті. Басқаша айтқанда, мемлекет имиджін неғұрлым тиімді пайдалануға атсалысса және оны қолайлы жүзеге асырса, оның жұмсақ күш ресурсы соғұрлым қуатты болады.

Жалпы мемлекеттің әлемдік саяси кеңістіктегі ақпараттық-имидждік саясаты оның саяси ұмтылысын жүзеге асыруға бағытталған. Ақпараттық-имидждік саясаттың мақсаты – саяси амбицияларға жету үшін мейлінше қолайлы жағдайлар жасау және мемлекеттің имиджін түзету. Осы мақсаттарға жету үшін ақпараттық-имидждік саясат шеңберінде келесі міндеттерді шешуге болады (Суворова, 2016):

- мемлекетте болып жатқан оқиғаларды сүйемелдейтін және оның саяси мақсаттарын күшейтетін ақпараттың тұрақты ағынын қамтамасыз ету;

- әлемдік саяси аренадағы мемлекеттің іс-әрекетін ақпараттық қамтамасыз ету;

- мақсатты аудитория тарапынан адалдықты арттыру, аудиториямен байланыс орнату;

- мемлекеттің имиджін түзету;

- халықтың ақпаратқа қол жеткізу құқығын қамтамасыз ету;

- ақпараттық науқандарды жоспарлау және жүзеге асыру;

- ақпараттық қауіптер мен дағдарыстарға қарсы тұру.

Осылайша, жаһандық саяси кеңістіктегі мемлекеттің ақпараттық-имидждік саясаты мем-

лекет қызметінің айналасында тұрақты қолайлы ақпараттық ортаны сақтауға бағытталған. Бұл ретте ақпараттық іс-шараларды жүргізудің тұрақтылығы және ақпараттық кеңістікті үздіксіз толтыру – маңызды фактор. Нақты маңызды саяси міндеттерді жүзеге асыру үшін мемлекет ақпараттық-имидждік саясат шеңберінде жеке ақпараттық науқандарды жүзеге асыруға жүгінеді. Ақпараттық және имидждік саясат әлемдік саясатта өз көрінісін тапқан барлық маңызды мемлекеттік шешімдермен, әрекеттермен және мүдделермен бірге жүреді. Ол болып жатқан оқиғаларды дұрыс және ел үшін тиімді түсінуге ықпал етеді.

Ақпараттық-имидждік саясатты жұмсақ күшпен ұштастыра тиімді пайдаланып отырған АҚШ пен Қытайдың стратегиясын талдап өтуге болады.

Біріншіден, Джозеф Найдың пікірінше америкалық «жұмсақ күш» өзіндік нақты ресурстық базаға негізделеді. Оны бірнеше жолдар арқылы қарастыруға болады. Ең бірінші, американдық мәдениет пен өмір сүру салтының тартымдығы немесе көпшілік арасында American dream тіркесі рөлінің маңыздылығын кіргізуге болатындығын айтқан жөн. Екіншіден, мемлекеттің сырқы саясатта белсенді әрекет етуі, барлық саяси үдерістерге белсенді атсалытуы, ғылым мен білімде прогрессивті дамуы, экономикалық өсу, медиа саласының әлемдік ірі БАҚ орталығының бірі ретінде санауға болады. Визуалды ақпарат тасымалдаудың халықаралық ірі өкілі ретінде АҚШ өзіне көп аудитория жинаған, және ақпарат ағынын тек дәстүрлі БАҚ арналары арқылы емес, заманауи медиа технологиялар, әлеуметтік желі платформалары арқылы таратуда көшбасшылардың бірі болып отыр.

Ал ҚХР-ның жұмсақ күшін бірнеше категорияға бөліп қарастыруға болады (Троян, 2016). Біріншіден, Қытай дамушы мемлекеттерге инвестиция құю және көмек көрсету арқылы жүзеге асырады. Бұл үшін мемлекет Азия, Африка және Латын Америкасы секілді аймақтағы елдерінің негізгі ресурстарына көп қаржы жұмылдырады. Екіншіден, Қытай гуманитарлық көмек көрсету саясатын жүргізеді. Бұл бойынша мемлекет БҰҰ-мен белсенді араласа отырып, медициналық мекемелерге қолдау көрсетеді және дамушы мемлекеттерге де медициналық қызметіне көмек күшін береді және т.б. Үшіншіден, алмасу бағдарламалар бойынша елдің тілі мен мәдениетін алға жылжытумен айналысады. Және қазіргі таңда қытай тілі мен

мәдениетін насихаттау үшін әлем бойынша 400-ге жуық Конфуций институттары қызмет жасайды. Төртіншіден, ел екіжақты және көпжақты байланыстарды қолдай отырып, форум, саяси, экономикалық және әскери байланыстар жүргізеді. Бесіншіден, сыртқы дипломатиялық байланысына маңызды көңіл аударады. Сондай-ақ соңғы жылдардағы әлеуметтік желілердің жаппай қолданылуы, және Қытай халқының бұл платформаларда белсенді отыруы жаңа ақпараттық трендтің пайда болуына алып келді.

Сонда жоғарыда аталған екі мемлекеттің өзінен-ақ әлемдік мықты бәсекелес үдерісі қарсаңында мемлекет жұмсақ күш ресурстарын өз ұлттық ерекшеліктері мен мықты тұстарын нақтылау арқылы, соған қаржыландыру мен қолдау көрсету, немесе науқандар жүргізу секілді барлық қажетті шараларды жүзеге асыру арқылы ақпараттық толқындар арқылы кеңге таратып отыр. Тіптен жұмсақ күштің экономикалық, яки сауда және бизнес саласы болса да, әрбір мемлекеттің инвестиция салу, компаниялардың серіктестік орнатуы, тауарлардың трендке айналуы секілді ұсақ-түйекке дейінгі барлық мәліметтер арнайы ойластыру арқылы таралып отыр. Сонда жұмсақ күштің кеңге қанат жаюы арқылы имиджі қалыптастыру үшін интернет пен технология заманындағы ақпарат рөлінің күші басым болып тұр.

Ал Қазақстан бойынша жағдай басқаша. Бұл жерде елдің спецификасы, мәдениеті мен менталитеті, азаматтардың біліктілігі мен экономикалық әл-ауқаты, саяси сауаттылығы мен жемқорлық деңгейі сияқты көптеген индикаторларды ескеру қажет. АҚШ пен Қытайға жараған ақпараттық жұмсақ күш саясатын ешқандай өзгерістер мен толықтыруларсыз біздің елге сығыза салу мүмкін емес. Сондықтан Қазақстанға өзіндік үйлесімді ақпараттық жұмсақ күш саясаты қажет.

Бүгінгі таңда Қазақстанның ақпараттық жұмсақ күш саясатына потенциалды толық

пайдалану жетіспейді деп баға беруге болады. Қазақстанның креативті экономикада, өнерде, спорт, IT саласында мықты жетістіктері мен көпшілік тарапынан мойындау бар. Осы қолда бар ресурсты политтехнологтар мен пиар мамандарымен, журналистермен және саясаткерлермен бірлесе отырып оң мақсатта сауатты пайдалануды қолға алған жөн. Атап айтқанда елдің мына керативті ресурстарын ақпараттық жұмсақ күш саясатына пайдалануға болады:

– Ел азаматтарының өнердегі жетістіктері. Музыка саласында биіктерге шыққан азаматтарды ізгі мүдделерде пайдалану. Бұл жерде Біріккен Ұлттар Ұйымының Ізгі ниет елшілері стратегиясын үлгі ретінде пайдалануға болады.

– Елдегі сәтті IT жобаларды отандық және әлемдік сегментте жарнамасын күшейтіп, ел тұрғындарын IT саласына, креативті индустрияны дамытуға тарту.

– Ақпараттық жұмсақ күш саясаты экономикамен біте қайнасып жұмыс істейді.

Елдің әлеуметтік жағдайын көтеру үшін жұмсақ күшті, жұмсақ күштің әсерін ұлғайту үшін халықтың жағдайын жақсарту керек.

Зерттеу әдістері мен материалдар

We Are Social агенттігінің жыл сайынғы зерттеуі бойынша, 2023 жылы әлемдегі халық саны 8 миллиардтан асқан. Соның ішінде ұялы телефон қолданушылар саны 5,44 млрд адамды, ал интернет қолданушылар саны 5,16 млрд, ал әлеуметтік желілерді белсенді қолданушылар саны 4,76 млрд адамды құрады. 2022 жылғы көрсеткіштер бойынша әлем халқының саны шамамен 7,91 миллиард адамды құрады. Олардың 67,1%-дан астамы ұялы телефонды пайдаланады. Бұл көрсеткіш алдыңғы жылғыдан 1,8%-ға өсті, интернетті пайдаланушылар саны 2022 жылдың басына қарай 4,95 миллиардқа жетті.

1-кесте – Интернетті пайдаланушылар саны

Жыл (қаңтар айы)	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Интернетті жаһандық пайдаланушылар саны (млрд есебімен)	3,95	4,21	4,41	4,75	4,95	5,16

2-кесте – Әлеуметтік желіні белсенді пайдаланушылар саны

Жыл (қаңтар айы)	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Әлеуметтік желіні жаһандық пайдаланушылар саны (млрд есебімен)	3,19	3,46	3,70	4,19	4,62	4,76

Жоғарыда кестелерде берілген мәліметтерге сүйене отырып, қазіргі таңда әлемдегі халық санының жартысынан көп бөлігі әлеуметтік желілер мен интернетті пайдаланатынын көруге болады. Бұл көрсеткіштер адамның ақпарат ағынын үздіксіз қарауы мен хабардар болып отыруының айқын көрсеткіші. Оған қоса бір дәлел, қазір орта есеппен алғанда интернет қолданушылар күніне жеті сағатқа жуық уақытын, яғни өмірінің 40%-дан астамын интернетте өткізеді. We Are Social сарапшыларының мәліметі бойынша, 2022 жылы бүкіл әлемдегі қолданушылар интернетте 12,5 триллион сағаттан астам уақыт жұмсайды (We are social, 2023).

Үздіксіз ақпарат ағыны кезеңінде өз беделі мен танымалдылығын жұмсақ күш саясатын тиімді пайдалану арқылы арттыруға бәсекелес мемлекеттердің талпынысы ұдайы ұлғайып

келеді. Қазіргі халықтың көп бөлігі медиа жариялайтын ақпарат болсын, беделді тұлғалардың айтқан пікірлері, тіпті блогерлер болсын кез келген ақпараттың ақ-қарасын ажыратпай, әсіресе әлеуметтік желі арқылы тараған әр жаңалықтың түпкі мәселесіне жетпей қабылдайтыны рас. Осы тұста ақпараттық-имидждік саясатты өз пайдасына асырып жатқан мемлекеттер, жұмсақ күш саясатын сәтті жүргізуде деп айтуға болады. Жалпы әлемде жұмсақ күшті өз игілігіне пайдалануда 2023 жылғы мәліметтер бойынша көш бастап тұрған мемлекеттердің алғашқы бестігіне мыналар кіреді: АҚШ, Біріккен Корольдік, Германия, Жапония және ҚХР (Brand Finance: Global Soft Power index, 2023). Нақты көрсеткіштерге сүйенсек, әр мемлекеттің жұмсақ күшті тиімді пайдаланудағы индексі келесі кестеден көруге болады.

3-кесте – Жұмсақ күш индексі (100-дік ұпай саны бойынша)

№	Мемлекет	2021 ж. (ұпай саны)	Мемлекет	2022 ж. (ұпай саны)	Мемлекет	2023 ж. (ұпай саны)
1	Германия	62,2	АҚШ	70,7	АҚШ	74,8
2	Жапония	60,6	Ұлыбритания	69,4	Ұлыбритания	67,3
3	Ұлыбритания	57,9	Германия	64,6	Германия	65,8
4	Канада	57,2	Қытай	64,2	Жапония	65,2
5	Швейцария	56,3	Жапония	63,5	Қытай	65,0
6	АҚШ	55,9	Франция	60,6	Франция	62,4
7	Франция	55,4	Канада	59,5	Канада	60,7
8	Қытай	54,3	Швейцария	56,6	Швейцария	58,5
9	Швеция	52,2	Ресей	56,1	Италия	56,6
10	Австралия	52,2	Италия	54,7	БАӘ	55,2

Жоғарыда көрсетілген жаһандық жұмсақ күш индексі әлемдік аренадағы мемлекеттердің белсенді қатысуын, беделін және ықпалын тендестірілген және тұтас бағалауды қамтамасыз ететін индикаторлардың кең ауқымын қамтиды. Оларға мыналар жатады (Brand Finance: Global Soft Power index, 2023):

– Мемлекетті тану: адамдар білетін және қол жетімділігі бар ұлттық брендтер жатады.

– Ықпал ету (әсерін тигізу): мемлекеттің тұтынушы мемлекет алдындағы, сондай-ақ әлемдік аренадағы ықпалының дәрежесі.

– Бедел: Бұл ел бүкіл әлемде күшті және оң беделге ие деп есептеле ме?

– Жұмсақ күштің негізгі 8 саласы (бизнес және сауда, мемлекеттік басқару, халықаралық қатынастар, мәдениет және мұра, БАҚ және коммуникациялар, білім

және ғылым, адамдар және құндылықтар, тұрақты болашақ).

Әлемнің 100-ден аса мемлекетіндегі 100 мыңнан аса халықтан алынған сауалнама мен ауқымды зерттеу жұмысының нәтижесі арқылы, жұмсақ күш жоғарыда көрсетілген барлық индикатор бойынша ұпай санының ең көп

жиналғанына қарай есептелген болса, онда әрбір индикатор бойынша жеке-жеке талдаған кезде әрбір мемлекеттің көрсеткіші әртүрленеді. Оны келесі кестеден көруге болады. Мұнда жұмсақ күштің басты қаруы саналатын индикаторлар тізбегі ғана жазылған (Brand Finance: Global Soft Power index, 2023).

4-кесте – Жұмсақ күштің жекелеген көрсеткіші бойынша көшбасшы үштікке кіретін мемлекеттер

Жұмсақ күш көрсеткіші		Бірінші орын	Екінші орын	Үшінші орын
1) Мемлекетті тану		АҚШ	Ұлыбритания	Франция
2) Ықпал ету (әсер ету)		АҚШ	Қытай	Ұлыбритания
3) Бедел		Швейцария	Канада	Жапония
4) Сауда және бизнес	Мемлекетпен және мемлекетте бизнесті жүргізу оңай	Қытай	Канада	АҚШ
	Күшті және тұрақты экономика	Германия	Швейцария	Жапония
	Әлем жақсы көретін өнімдер мен брендтер	АҚШ	Жапония	Италия
5) Мемлекеттік басқару	Заң мен адам құқықтарын құрметтеу	Ұлыбритания	Канада	Швейцария
	Қауіпсіз	Швейцария	Норвегия	Канада
	Жоғары этикалық стандарт, төмен жемқорлық	Швейцария	Жапония	Швеция
6) Халықаралық қатынастар	дипломатиялық ортада ықпалды	АҚШ	Ұлыбритания	Германия
	мұқтаж елдерге көмектесу	АҚШ	Германия	Канада
	басқа елдермен жақсы қарым-қатынастар	Швейцария	Канада	Италия
7) Мәдениет және мұра	өнер мен ойын-сауықта ықпалды	АҚШ	Франция	Ұлыбритания
	тартымды өмір салты	Швейцария	Канада	АҚШ
	баруға тамаша орын	Мальдив аралдары	Швейцария	Франция
8) БАҚ және коммуникация	Осы мемлекеттің оқиғасын мұқият қарау	АҚШ	Ұлыбритания	Украина
	Сенімді БАҚ	Швейцария	Швеция	Норвегия
	Ықпалды БАҚ	АҚШ	Ұлыбритания	Франция
9) Білім және ғылым	күшті білім жүйесі	Ұлыбритания	Канада	Германия
	ғылым бойынша көшбасшы	АҚШ	Жапония	Қытай
	технологиялар мен инновациялар	Жапония	Қытай	АҚШ

Осы мәлеметтерге сүйене отырып зерттеу жұмысының тақырыбын ашу мақсатында жүйелі және салыстырмалы талдау, жалпы ғылыми көзқарас секілді **зерттеу әдістері** қолданылды. Зерттеудің теориялық негізі ретінде шетелдік ғалымдардың ғылыми еңбектері және халықаралық зерттеу жүргізетін ұйымдардың статистикалары пайдаланылды.

Әдебиеттерге шолу

Жұмсақ күш тұжырымдамасы Джозеф Най (2011) және басқа да көптеген ғалымдардың

еңбектерінде зерттелген. Теориядан көрінетіндей, жұмсақ күшті қолданушылардың негізгі мақсаты алушы үкіметтің қалауларын қолайлы етіп өзгерту болып табылады (Gallarotti, 2011). Найдың пікірінше, бұған қол жеткізудің екі мүмкін жолы бар: өтініш беруші не алушының элитасына тікелей әсер етеді, немесе ол алушының жұртшылығын өзіне тартады (Nye, 2011). Еліктіру процесі тек үкіметаралық келіссөздер түрінде өтеді; басқаша айтқанда, жұмсақ күш стратегиясы дәстүрлі дипломатиямен бірдей деңгейде жүзеге асады. Егер, керісінше, саяси шешім қабылдау үшін жалпы

жұртшылықтың келісімі қажет деп ойласақ, онда жұмсақ күш стратегиялары алушының жұртшылығына бағытталған әртүрлі құралдар арқылы қолданылуы керек.

Кейбір зерттеушілердің мақалалары Найдун жұмсақ күш туралы тұжырымдаған идеяларын сыни талдауға (Fan, 2008) және жұмсақ күштің ерекшеліктері мен кері ықпалын зерттеуге бағытталған. Әрине, жұмсақ күш әлемнің барлық мәселелердің шешімін таппайды. Оның да жақсы тұстары мен кемшіліктері бар. Жұмсақ күш идеологиясы және оны пайдалану мүмкіндігі қатты күш саясатын ұстанып отырған мемлекеттерге алаңдатушылық туғызуы мүмкін. Кейде жұмсақ күш саясатын қолдану нәтижелері бағытталған ел үшін кері әсерін тигізеді (Schultz, 1997). Жұмсақ күш құралдарын басқа бір мемлекетке тиімді пайдалану өзара қызығушылық, құрмет, сенім, өзара түсіністік танытуда шындықпен қатар кейде иллюзияға негізделген ынтымақтастықты қалыптастырады. Жұмсақ күш құралдарын пайдалану стратегиясын әзірлеу іс жүзінде әрбір елдің өз мүдделері аясында жүзеге асырылады, және ол кейде, оң кейде теріс әсер етеді.

Қазіргі адамның өміріндегі әлеуметтік желілер секілді заманауи медиа технологиялардың рөлі ақпараттар ағындарын тасымалдауда дәстүрлі медиа құралдарына қарағанда көзделген мақсатты жылдам әрі жеңіл орындалуына септігін тигізіп келеді. Яғни, әлеуметтік желілердің күннен-күнге дамуы қоғамның барлық салаларына әсер етіп келеді. Өткен ғасырдың аяғында әлеуметтанушы Н. Луман «XX ғасыр адамы үшін де, тіпті XXI ғасыр адамы үшін БАҚ жай ғана ақпарат көзі ғана емес, оның әлемге және қоғамға жеке көзқарасын қалыптастыратын негізгі құрал» деп тұжырымдады (Луман, 1995). Бүгінгі күні әлеуметтік желілер кез келген мемлекеттің жұмсақ күш саясатын жүзеге асырушы тиімді құралы ретінде қоғамда маңызды рөл атқарып отыр.

БАҚ-тың жұмсақ күшті ілгерілету құралы ретіндегі рөлін түсіну үшін мемлекеттердің тартымдылығы мен өзіндік имиджін арттыру тұрғысынан міндеттерін анықтау қажет. Оларға мыналар жатады: белгілі бір мемлекетте немесе аймақта мемлекеттік ықпал мен билікті күшейту; өз мемлекетінің құндылықтарын әлемге тарату; халықаралық академиялық және білім жүйесінде тәжірибе алмасуды дамыту; өз тілі мен мәдениетін танымал ету; басқа субъектілердің жұмсақ күшінің таралуынан өзіндік «мәдени

қауіпсіздігін» қамтамасыз ету; экономикалық ықпалды және инвестициялық әлеуетті кеңейту үшін жағдай жасау (Melissen, 2005).

Бұл тұрғыда бұқаралық ақпарат құралдары оқиғаны дұрыс бұрыштан бөліп көрсету үшін әртүрлі оң және теріс коннотацияларды қолдануға мүмкіндік береді, осылайша БАҚ түсіндіру құралына айналады, сондықтан белгілі бір медиа платформаны талдау кезінде оның саяси позициясын да есепке алу қажет. Талданып отырған бұқаралық ақпарат құралы мемлекет есебінен қаржыландырылатын немесе басқа тараптардың демеушілігімен жарыққа шығатын медиа болуы мүмкін. БАҚ-тың таратар ақпаратының сипатына бұл фактор басты әсер етуші күш болып саналады. Алайда, бұл жағдайда БАҚ әділдігі мен шынайылығын бағалау критерийлерінің біртұтас объективті жүйесін алу өте қиын. Жұмсақ күш саясатын ілгерілету контекстінде бұл аспект мақсаттарға қол жеткізу үшін қолайлы әрі тез әсер беретін ресурс болып саналады. Сонымен қатар, бұқаралық ақпарат құралдарының көмегімен өзінің ықпал ету әлеуетін арттырып қана қоймай, сонымен бірге үшінші тараптың ықпалын азайту немесе толығымен әлсірету үшін белгілі бір аймаққа байланысты оның теріс, кейде заңсыз бейнесін жасауға болады. Бұл тұрғыда белгіленген сыртқы саяси міндеттер шеңберінде мақсатты мемлекетте ішкі саяси күн тәртібін қамту басты орын алатынын атап өткен жөн.

Жұмсақ күшті ілгерілету контекстіндегі тағы бір басты ерекшелік – интернетті дамыту және ақпарат ағынының уақыт шекарасын жою. Бүгінгі күні жаңалықтар ағыны желілік технологиялардың дамуын ескере отырып, қолжетімділіктің жоғары дәрежесіне ие болса да, виртуалды тәулік бойы жұмыс істейді. Бұл фактор мемлекеттік имиджді көтеру құралы ретінде мемлекеттік дипломатияның икемділігі мен иілгіштігін және бәсекелестік артықшылығын көрсетеді. Медиа платформалар, әсіресе онлайн БАҚ, қазіргі саясаттағы маңызды үрдістер мен процестердің саны мен алатын маңызды орнын күшейтеді. Бұл тенденциялардың бірі цифрлық ақпараттық ортаға өтіп жатқан мемлекетаралық текетіреске жатқызылуы мүмкін. Ақпараттық соғыстар мен ақпараттық қақтығыстар осы процестің нәтижесіне айналды. Профессор И.Д. Фомичева (2011) бұқаралық ақпарат құралдарын бұқаралық аудитория арқылы және одан ақпаратты бекітуге, сақтауға және таратуға арналған әдістер, материалдық тасымалдаушы-

лар, құрылғылар деп анықтайды. Бұл ерекшелікті қазіргі заманғы медиа-кеңістікте аудиторияның айтарлықтай орталықсыздандырылуымен, әртүрлі типтегі ақпараттық арналардың, соның ішінде баспа БАҚ, радио, теледидар, жаһандық желілер, сондай-ақ ақпараттық арналардың көп болуымен түсіндіруге болады.

Мұндай ақпарат құралдары халықтың елге деген көзқарасына әсер ете алады. Осы тұста елге зиян келтіруі мүмкін әртүрлі арналардан шығатын зиянды мазмұнмен күресу керек (Zhang & Meadows, 2012). Ең алдымен, ұлттық имиджді құру әлі де маркетингтік бастамалар, медиа саясаты, қоғаммен байланыс дағдарысы әдістері және жарнамалық науқандар, әсіресе туризм саласындағы және халықаралық қатынастардағы дағдарысты қалай шешуге болатыны сияқты басқа маңызды компоненттерді қажет етеді (Avraham, 2013). Үкіметтер бұқаралық ақпарат құралдары арқылы өздерінің беделін арттыру және қарсыластарының сенімін әлсірету үшін бір-бірімен, сондай-ақ басқа ұйымдармен бәсекелеседі.

Әлеуметтік медиа мен дәстүрлі медиа арналардың негізгі айырмашылығы – бұл интерактивтілік – екі жақты байланыс және өзара әрекеттесу. Интернет ынтымақтастық үшін жаңа мүмкіндіктер жасай отырып, саяси өзгерістерді катализдейді. Бұл жай ғана жылдам және оңай қарым-қатынасты қамтамасыз етіп қоймайды, сонымен қатар бүкіл әлемдегі адамдарға тығыз өзара әрекеттесу, өзара жақсылық жасау және сенім орнатуға мүмкіндік береді, бұл – жұмсақ күштің негізгі мақсаттарының бірі.

Бұл өзара әрекеттесу процесі, алайда түсінуге немесе түсінбеуге әкелуі мүмкін. Сондықтан бір жақты хабар алмасуға емес, диалог пен мәселелерді шешуге негізделген жаңа және инклюзивті тәсіл – сенім дамытылу керек.

Зерттеу нәтижелері мен талқылау

Жалпы жұмсақ күш саясатының ресурстарын жоғарыдағы мәліметтерге сүйене отырып, анықтап қарастыра болсақ келесідей бағыттарды бөліп алуға болады: халықтың мәдени және идеологиялық құндылықтары, әлеуметтік құндылықтар мен мінез-құлық стандарттары, әсер ету, ғылым және білім, мәдениет, медиа және т.б. Бұл тұрғыда, ең алдымен, мәдениетаралық диалогты дамыту, халықаралық білім беру бағдарламаларын әзірлеу және, әрине, бұқаралық ақпарат құралдары арқылы хабар тарату арқылы

мемлекеттердің үкіметтеріне ықпал ету және қоғам арасында сол мемлекет туралы имидж қалыптастыру міндеті жүктеледі. Шетелдік аудиторияны ақпараттандыру шараларының кешені ретіндегі жұмсақ күш саясатының тиімділігінің артуы оның ақпараттық саясат шеңберіндегі дәстүрлі дипломатиялық шаралармен салыстырғанда сыртқы саяси құралдарды тиімді пайдалануда теңдесіз тетік ретінде айқындауға болады. Сонда қазіргі ақпараттық ағын заманындағы жұмсақ күш саясатының негізгі құралдардың бірі ақпараттық ресурс және ақпарат ағындарын бақылай отырып, оны тиімді пайдалану болып саналады.

Әрбір саяси стратегия секілді ақпарат ағыны арқылы өзге мемлекеттерге әсер ету де идеологиялық компонент ретінде маңызды рөл атқарады. Ақпараттық ресурсты бақылау және осындай жағдайда жаңалықтардың күн тәртібін қалыптастыру әртүрлі жас топтарындағы халықтар арасында өзіндік құндылықтар жүйесін ілгерілетуге, ұлттық мүдделер мен идеяларды өзгертуге ықпал етеді. Әлемнің кез келген нүктесіне таралып отырған ауқымды ақпарат ағыны әр мемлекетке әртүрлі әсер етуде. Егер бірі ақпарат ағынынан пайда табуды ойлап, оны жұмсақ күш саясаты арқылы өз ықпалын тигізуге қолдануды ойластырып жатса, екінші бір мемлекет сол ықпалдың астында қалып қоюы мүмкін. Яғни ақпараттық-имидждік саясатты жұмсақ күш контекстінде жүзеге асыру, оның тиімділігін көре білген мемлекет үшін үлкен мүмкіндік, ал қалған жағдайда ол кері әсер етіп, қақтығыс, түсініспеушілік, жалған ақпарат және т.б. секілді мәселелерді туындатудың себебі болады. Әсіресе мәліметтерде көрсетілгендей, жыл сайын әлемде интернет пен әлеуметтік желіні пайдаланушылар саны артуына байланысты мұндай жағымсыз оқиғалардың тез тарап кетуіне ешкім кепіл бере алмайды. Ал өз имиджін қалыптастыруда пайда көріп отырған жұмсақ күшті пайдаланудағы көшбасшылар өз ықпалын одан әрі кеңге жаюға, және өз беделінен айырылып қалмауға тырысуда.

Қорытынды

Халықаралық ақпараттық-имидждік саясатта жұмсақ күштің әсері әдетте баяу және жанама түрде көрінеді. Біз бомбалар мен оқтар секілді қарулардың тиімділігін бірден байқай аламыз, ал құндылықтар мен мәдениеттің тартымдылығы ұзақ мерзімді перспективада ғана байқалады.

Дегенмен, бұл әсерді елемей немесе қолданбау үлкен саяси апаттарға алып келуі мүмкін. Білікті саяси көшбасшылар құндылықтар билікті құра алатынын бұрыннан түсінген. Сондықтан да БАҚ-тың жұмсақ күш саясатын жүргізудегі алатын маңызды рөлін зерттеусіз қалдыруға болмайды.

Жұмсақ күш саясатында қолданылатын БАҚ демократиялық қоғамдағы баспасөздің дәстүрлі рөлдерін кеңейтті және азайтты. Оң жағы, олар саяси ақпараттың тіпті ең мүдделі емес азаматтарға да жету мүмкіндігін айтарлықтай арттырды. Олар пікірлерді ашық бөлісуге болатын цифрлық қоғамдық алаңдарды құруға мүмкіндік береді. Олар жұртшылыққа үкіметпен жаңа жолдармен байланысуға және саяси ақпарат ағынына үлес қосуға мүмкіндік беретін өзара әрекеттесудің жаңа жолдарын жасады.

Дұрыс пайдаланылған ақпараттық жұмсақ күш саясаты елдегі түйткілді мәселелерді шешіп, көп түйіннің кілті бола алады. Мысалы, ел әскерінің оң имиджін телебағдарламалар, әлеуметтік желідегі науқандар, арнайы PR акциялар арқылы көтеріп, жастардың әскерден жалтару фактілерін азайтуға болады.

Елдегі туризм потенциалын да жұмсақ күш арқылы көтеру әбден мүмкін нәрсе. Жұмсақ ақпараттық күшпен адамдарға мотивация беріп, оларға дұрыс түсіндірме жұмыстарын жүргізу арқылы ізгі, сыпайы, тазалықты қолдайтын

қоғам құрылса, туристердің назарын аударуға болады.

Отандық музыканттар мен басқа да өнер иелері концерттеріне стадиондар жинап, олардың арасында шетелдіктердің көп болуы үшін де берік стратегиямен жасалған жұмсақ күш саясаты қажет.

Сонымен қатар жаңа медиа мен пост-шындық қоғамның өркендеуінің бірігуі олардың пайдалы жақтарын бұзатын қауіпті жағдайға әкелді. Қазіргі уақытта жалған ақпараттың өсіп келе жатқан толқыны бойынша тиімді тексерулер аз сияқты. Жанжал туралы хабарды елеулі журналистік зерттеуге ауыстыру баспасөздің бақылаушы рөлін әлсіретіп жіберді. Сонда ақпараттық-имидждік саясатты жұмсақ күш астарында тиімді қолданып отқан мемлекет болсын, немесе соның ықпалындағы тұтынушы мемлекет болсын бұл стратегияның оң жақтары мен теріс жақтары қатар жүретіні байқадық. Бұл тұжырымға Қаңтар оқиғасы кезінде болған ақпараттық вакуум, елде толқулар болған сәттегі интернетті жаппай өшіру, коронавирус пандемиясы кезіндегі фейк ақпараттардың тарауы, т.б. жағдайлар дәлел бола алады. Интернет дәуірінің тұрғындарын ақпараттан ажыратып алу мүмкін емес, сол себептен кез келген мемлекет бұл жүйені қауіпсіздендіру шараларын әрдайым басты назарға ұстап, жалған ақпараттардың торында қалып қоюды алдын алуы тиіс.

Әдебиеттер

- Avraham E. (2013) Crisis communication, image restoration, and battling stereotypes of terror and wars: media strategies for attracting tourism to Middle Eastern countries. *American Behavioral Scientist*, 57(9), pp. 1350-1367.
- Brand Finance: Global Soft Power index. URL: <https://brandirectory.com/softpower/>
- Fan Y. (2008) Soft Power: Power of Attraction or Confusion? *Place Branding and Public Diplomacy*, № 4, p. 147–158.
- Gallarotti G. (2011) Soft Power: What It Is, Why It's Important, and the Conditions under Which It Can Be Effectively Used. *Journal of Political Power*, Vol. 4, Is. 1, p. 25–47.
- Giddens A. (1991) *Modernity and Self- Identity. Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity Press, pp. 84-85.
- Melissen J. (2005) *Innovation in Diplomatic Practice*.
- Nye J. (2004) *The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affair.
- Nye J. *The future of power*. New York, Public affairs.
- Schultz G. (1997) *Diplomacy in the Information Age*. [Keynote Addresses from the Virtual Diplomacy Conference]. United States Institute of Peace.
- We are social: The changing world of digital in 2023. URL: <https://wearesocial.com/uk/blog/2023/01/the-changing-world-of-digital-in-2023/>
- Zhang C., Meadow C.W. (2012) International coverage, foreign policy, and national image: Exploring the complexities of media coverage, public opinion, and presidential agenda. *International Journal of Communication*, 6(1).
- Луман Н.Л. (2004) Қоғам әлеуметтік жүйе ретінде. [Неміс тілінен ауд. А.Антоновский]. «Логос» баспасы.
- Панарин И.Н. (2006) Информационная война, PR и мировая политика [Горячая линия]. Телеком, с. 123.
- Суворова И.С. (2016) Информационно-имиджевая политика государства в мировом политическом пространстве: ключевые понятия и основные тенденции. Теории и проблемы политических исследований, Том 5, № 6А, с. 96-106.
- Троян И.В. (2016) «Мягкая сила» Китая: Культурная Экспансия «Красного Дракона».
- Фомичева И.Д. (2011) Сми среди средств социальной коммуникации.

References

- Avraham E. (2013) Crisis communication, image restoration, and battling stereotypes of terror and wars: media strategies for attracting tourism to Middle Eastern countries. *American Behavioral Scientist*, 57(9), pp. 1350-1367.
- Brand Finance: Global Soft Power index. URL: <https://brandirectory.com/softpower/>
- Fan Y. (2008) Soft Power: Power of Attraction or Confusion? *Place Branding and Public Diplomacy*, № 4, p. 147–158.
- Gallarotti G. (2011) Soft Power: What It Is, Why It's Important, and the Conditions under Which It Can Be Effectively Used. *Journal of Political Power*, Vol. 4, Is. 1, p. 25–47.
- Giddens A. (1991) *Modernity and Self- Identity. Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity Press, pp. 84-85.
- Luman N.L. (2004) Qoғam әlewmettik jüie retinde. [Nemis tilenen audargan. A.Antonovskiy]. «Logos» baspası.**
- Melissen J. (2005) *Innovation in Diplomatic Practice*.
- Nye J. (2004) *The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs.
- Nye J. *The future of power*. New York, Public affairs.
- Panarin I.N. (2006) *Informatsionnaya voina, PR i mirovaya politika [Information warfare, PR and World Politics]*. In: *Goryachaya liniya [Hotline]*. Moscow: Telekom Publ.
- Schultz G. (1997) *Diplomacy in the Information Age. [Keynote Addresses from the Virtual Diplomacy Conference]*. United States Institute of Peace.
- Suvorova I.S. (2016) *Informatsionno-imidzhevaya politika gosudarstva v mirovom politicheskom prostranstve: klyuchevyye ponyatiya i osnovnyye polozheniya. Teorii i oshibki issledovaniy*, Tom 5, № 6A, c. 96-106.
- Troyan I.V. (2016) «Myagkaya sila» Kitaya: Kul'turnaya Ekspansiya «Krasnogo Drakona». Fomicheva I.D. (2011) *Smi sredi sredstv sotsial'noy kommunikatsii*.
- We are social: The changing world of digital in 2023. URL: <https://wearesocial.com/uk/blog/2023/01/the-changing-world-of-digital-in-2023/>
- Zhang C., Meadow C.W. (2012) International coverage, foreign policy, and national image: Exploring the complexities of media coverage, public opinion, and presidential agenda. *International Journal of Communication*, 6(1).