

ПОЛІТИЧНІ НАУКИ

УДК 32:316.77:659.4

DOI <https://doi.org/10.30970/PPS.2025.58.28>

ДРУКОВАНІ ТА ЕЛЕКТРОННІ ДЖЕРЕЛА ЯК ЗАСІБ ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ДЕРЖАВИ

Антон Бадер

*ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»,
вул. Івана Банка, 3, 36003, м. Полтава, Україна*

У статті наголошено, що держави сучасного типу з самого початку виступали конкуруючою одиницею у міжнародній економіко-політичній системі. Підкреслено, що конкурентні переваги та місце певної країни у цій системі визначається не лише на основі об'єктивних факторів. Наголошено, що потужний вплив мають сталі, загальноприйняті уявлення більшості суб'єктів міжнародних відносин стосовно воєнної, політичної та економічної ефективності тієї чи іншої держави. Наведено приклад, що основою швидкого економічного зростання США у другій половині XX ст. стало не забезпеченість долара золотом чи нафтою, а впевненість світового співтовариства у ефективності їхньої економіки. Зауважено, що за таких умов перед науковою спільнотою постає завдання виявлення факторів, що впливають на формування іміджу держави, а окремої уваги потребує аналіз друкованих та електронних джерел, що виступають у цьому процесі основними засобами впливу.

У статті констатовано, що провідними засобами доставки повідомлень, що формують імідж тієї чи іншої держави є друковані та електронні джерела. Зазначено, що друковані видання характеризуються такими перевагами, як широка розповсюдженість, доступність, низька вартість та можливість багаторазового використання матеріалів, однак, їхній недолік полягає у низькій оперативності. Вказано, що електронні джерела вирізняються високою оперативністю, а такі медіа, як радіо та телебачення – масовою аудиторією. Додано, що протягом останніх десяти років в Україні провідним джерелом інформації стала мережа Інтернет, а це продовжує змінювати ключові характеристики засобів інформаційного впливу. Названо основні трансформації друкованих та електронних джерел у сучасний період. Розширення присутності традиційних ЗМІ в Інтернеті. Глобалізація контенту та одночасне його сегментація. Використання інтерактивного зв'язку – експлуатація механізмів взаємодії зі споживачем через соціальні мережі, коментарі та форуми. Поставлено завдання у подальшому зосередитись на аналізі механізм розповсюдження повідомлень через друковані та електронні джерела інформації, а також на пошуку методів протидії маніпуляцій з іміджем держави.

Ключові слова: імідж держави, друковані та електронні джерела, інформаційний вплив, змінювати ключові характеристики джерел інформації.

Держави сучасного типу з самого початку виступали конкуруючою одиницею у міжнародній економіко-політичній системі. Конкурентні переваги та місце певної країни у цій системі визначається не лише на основі об'єктивних факторів. Зокрема, потужний вплив мають сталі, загальноприйняті уявлення більшості суб'єктів міжнародних відносин стосовно воєнної, політичної та економічної ефективності тієї чи іншої держави. Так, загальновідомо, що основою швидкого економічного зростання США у другій половині XX ст. стало не забезпеченість долара золотом чи нафтою, а впевненість світового співтовариства у ефективності їх економіки. Як наслідок це дозволяло акумулювати інвестиції та кращі «мізки» планети, що посилювало наявну тенденцію. За таких умов перед науковою спільнотою постає завдання виявлення факторів, що впливають на формування іміджу держави.

Окремої уваги, на наш погляд, потребує аналіз друкованих та електронних джерел, що виступають у цьому процесі основними засобами впливу.

Друга половина XX ст. та суттєве вдосконалення, в цей період, технології впливу на масову аудиторію активізували увагу дослідників до новітніх засобів формування іміджу держави. Окремі аспекти заявленої теми були висвітлені у роботах наступних західних учених: Дж. Лакоффа [1], В. Лефевра [2], М. Маклюєна [3], Ж. Бодрійєра [4], І. Валлерстайна [5]. Українські науковці також приділили увагу дослідженню механізмів формування іміджу держави. Серед них слід назвати Р. Додонова [6], О. Марунченко [7], Н. Вітюка [8], В. Тарасюка [9], О. Дубас [10], Н. Гуріну [11], С. Шпилика [12], Т. Бельську [13], Р. Штонду, Н. Паламарчука, С. Островського [14], В. Гурковського [15], Г. Почепцова [16] та І. Кононова [17]. Однак вироблення ефективних механізмів впливу на імідж держави вимагає, на наш погляд, ґрунтового, наукового аналізу засобів доставки повідомлень, у першу чергу, друкованих та електронних джерел інформації.

Виявлення прикладного значення друкованих та електронних джерел у формуванні іміджу держави неможливе без аналізу їхніх видів та специфічних характеристик. Найбільш традиційними джерелами інформації залишаються друковані видання, що представлені різноманітними типами, кожен із яких має свої особливості та рівень інформаційного впливу. Так, суспільно-політична преса вирізняється відносною оперативністю, адже значна частина таких видань виходить щоденно. Водночас їхній якісний рівень часто поступається аналітичним і науковим виданням, для підготовки яких потрібно більше часу. Аналітичні видання зазвичай публікуються раз на тиждень, а наукові – раз на місяць, що знижує їхню оперативність і дещо обмежує можливості використання в формуванні іміджу держави. Однак, незважаючи на низьку оперативність, вплив таких видань залишається критично важливим, оскільки саме вони формують уявлення в лідерів громадської думки, а, отже, забезпечують глибший рівень впливу на масову свідомість.

Загалом, друковані джерела вирізняються широкою доступністю та розповсюдженістю, що забезпечується наявністю спеціалізованих установ, таких як публічні та наукові бібліотеки, де накопичується значний обсяг друкованих матеріалів. Важливою перевагою друкованих джерел є можливість їх повторного та багаторазового використання, що сприяє детальному вивченню й аналізу інформації. Слід додати, що сучасні технології забезпечують широкі можливості копіювання, тиражування та цифрового зберігання друкованої продукції.

Основним недоліком друкованих джерел є їх низька оперативність у порівнянні з електронними виданнями. Це зумовлено тривалим процесом виготовлення друкованої продукції, а також додатковим часом, необхідним для підготовки, оформлення та перевірки аналітичних і наукових матеріалів. Крім того, популярність друкованих видань поступово знижується. Наприклад, в Україні вже в першій половині 2010-х років лише 9 % громадян отримували інформацію з друкованих засобів масової інформації [6, с. 140].

Електронні джерела інформації вирізняються високою оперативністю та масовістю у порівнянні з друкованими виданнями. До цих засобів поширення інформації належать радіо, телебачення та мережа Інтернет. Радіо та телебачення традиційно забезпечують високу масовість охоплення, тоді як Інтернет демонструє стрімке зростання доступності для громадян України за останнє десятиліття. Зокрема, під час особливої активізації маніпулятивного впливу росії на імідж України у 2014 році лише 16 % громадян отримували інформацію з електронних ЗМІ, тоді як телебачення залишалося домінуючим джерелом інформації для 94 % населення [6, с. 140]. Однак опитування 2024 року засвідчують суттєві зміни: 80 % українців щоденно користуються Інтернетом, а ще 11 % користуються ним

2-3 години на тиждень [18]. Такий прогрес робить Інтернет ключовим каналом поширення інформації, забезпечуючи доступність і швидкість у передачі повідомлень.

Радіо та телебачення мають унікальну особливість, а саме, безперервний потік інформації, що ускладнює її критичне сприйняття. Технологія передачі повідомлень через ці ресурси не дає змоги повторно аналізувати інформацію або зосереджувати увагу на окремих її частинах [13, с. 55]. Слід додати, що телебачення має і свої особливості сприйняття. Поєднання аудіо- та відеоінформації підвищує емоційність повідомлень, що сприяє більш ефективному засвоєнню. Крім того, візуалізація, яка активізує підсвідомі механізми, значно підвищує рівень довіри до інформації [16, с. 22, 23, 25]. Завдяки цьому телебачення довгий час залишалося одним із ключових засобів як внутрішнього, так і зовнішнього інформаційного впливу. Однак, із розвитком Інтернету телебачення поступилося своєю провідною позицією. Інтернет-ресурси також забезпечують можливості, характерні для телебачення, зокрема поєднання аудіо- та візуальної інформації, що зберігає високу емоційну залученість і довіру до повідомлень [1, с. 57].

Використання мережі Інтернет як засобу впливу на формування іміджу держави має низку переваг, що роблять її ключовим інструментом у цьому процесі. По-перше, віддалений доступ до аудиторії. Інтернет дозволяє здійснювати інформаційний вплив без необхідності створення спеціальних технічних засобів чи переправлення агентів на територію іншої держави. По-друге, висока оперативність. Інтернет забезпечує найшвидше поширення інформації. По-третє, привабливість для молоді. Сприйняття інформації через Інтернет серед молоді, яка є найбільш активною частиною населення, значно вище. Це робить її основним об'єктом інформаційного впливу та маніпулювання. По-четверте, обмежений державний контроль. Контроль або цензурування інформації в Інтернеті вимагає значних ресурсів, через що державні структури мають мінімальні можливості впливати на його зміст. По-п'яте, соціальні мережі. Інтернет надає можливість використання соціальних мереж для таргетованого поширення повідомлень серед визначених аудиторій, що значно підвищує ефективність інформаційного впливу [12, с. 184].

Зазначені вище переваги роблять Інтернет провідним засобом у формуванні як позитивного, так і негативного іміджу певної держави. Слід наголосити, ще на двох характеристиках мережі Інтернет, що виділяють її серед інших засобів передачі повідомлень. Мультимедійність, що пов'язана з наданням можливості сприйняття аудіо, відео та текстової інформації одночасно, а також здійснювати повторний аналіз повідомлень. Гнучкість у роботі з інформацією, оскільки цей канал забезпечує найширші можливості для копіювання, переробки та тиражування повідомлень.

До недоліків Інтернету як засобу формування іміджу держави слід віднести наступні. Великий обсяг інформації створює значний інформаційний шум, що ускладнює виділення та поширення повідомлень серед цільової аудиторії. Надмірний обсяг контенту, що користується попитом, провокує високу конкуренцію між повідомленнями. Використання Інтернету як такого залежить від фінансової спроможності користувачів. Для доступу до мережі необхідні технічні засоби та кошти для оплати послуг підключення [19, с. 352].

Сучасний рівень новітніх технологій і процеси глобалізації суттєво трансформували інструменти реалізації інформаційного впливу, а саме сутність, доступність, способи використання та навіть змістове наповнення як друкованих, так і електронних джерел інформації. Так, О. Марунченко у своєму дисертаційному дослідженні зазначає, що в сучасній дослідницькій практиці утвердилася думка про те, що Інтернет кинув виклик традиційним ЗМІ, запропонувавши принципово нові форми поширення інформації. Разом із тим, складно заперечувати й те, що Інтернет, по суті, запозичив багато інструментів емоційного

впливу, властивих традиційним ЗМІ [7, с. 124]. Водночас, друковані видання адаптуються до сучасних умов, створюючи електронні версії своїх матеріалів. Широке розповсюдження отримали електронні газети та інформаційні телеграм-канали, які мають низку специфічних особливостей. Зокрема, такі джерела постійно оновлюються, зазвичай добре ілюстровані та часто не містять завершених статей. Крім того, вони пропонують інтерактивне спілкування з читачем, що підвищує рівень залученості аудиторії.

Телебачення, яке до недавнього часу було наймасовішим і найбільш ефективним джерелом інформаційного впливу, також зазнає значних змін, пов'язаних із трансформаціями середовища поширення. З одного боку, різноманітні Інтернет-ресурси поступово відбирають аудиторію у традиційних телеканалів. З іншого боку, телебачення активно інтегрується в Інтернет-простір. Більшість телерадіоканалів створили власні веб-сайти, де користувачі можуть отримати доступ до ефірного контенту. Значного поширення набуває Інтернет-телебачення, яке доповнює ефірний, супутниковий та кабельний формати. Цей вид телебачення забезпечує гнучкість у доступі до контенту та розширює можливості для взаємодії зі споживачем [11].

Інтернет-ЗМІ сьогодні також перебувають у процесі значних трансформацій, які визначаються трьома основними тенденціями:

Баланс між універсальним та спеціалізованим контентом: Через фрагментацію аудиторії Інтернет-ЗМІ змушені знаходити компроміс між широким охопленням та вузькою тематичною спрямованістю. В результаті популярні платформи створюють і розвивають спеціалізовані рубрики, які орієнтовані на конкретні інтереси аудиторії. Це дозволяє залучати та утримувати різні сегменти споживачів.

Зміна кон'юнктури ринку: Інтернет розвиває межі між центральними та локальними виданнями, надаючи доступ до інформації споживачам з інших регіонів. Це спричиняє перерозподіл змістовних пріоритетів, адже редакції змушені враховувати інтереси ширшої, географічно розпорошеної аудиторії.

Інтерактивні технології: Сучасні Інтернет-ЗМІ активно впроваджують інтерактивні технології для комунікації зі споживачами. Це включає можливість залишати коментарі, брати участь у дискусіях, голосуваннях або опитуваннях. Такий підхід сприяє більшому залученню аудиторії, перетворюючи читача на активного учасника інформаційного процесу.

Інтерактивне спілкування, що є ключовим елементом сучасних медіа, стало основою для активної експлуатації соціальних мереж [17, с. 56]. Сьогодні Інтернет-видання, друковані ЗМІ та телерадіокомпанії не обмежуються лише офіційними сайтами. Вони активно розвивають свої сторінки в соціальних мережах, що дозволяє їм підтримувати тісний зв'язок із аудиторією, оперативно поширювати інформацію та залучати нових читачів або глядачів. У контексті впливу на формування іміджу держави соціальні мережі також стають потужним інструментом. Суб'єкти геополітичного протистояння використовують їх для створення та підтримки незалежних груп і каналів, які не мають прямого зв'язку зі ЗМІ. Такі групи часто маскуються під громадські ініціативи або аналітичні майданчики, проте їхня діяльність спрямована на поширення маніпулятивних меседжів, формування громадської думки та вплив на масову свідомість. Указаний підхід дозволяє суб'єктам маніпулювання використовувати соціальні мережі як ефективний засіб дезінформації, а також уникати прямої асоціації зі звичайними медіа.

Н. Вітюк у своїй розвідці акцентує увагу на значній ролі соціальних мереж у пропаганді, підкреслюючи їхню здатність впливати на суспільну думку. Зокрема, особливе місце займає діяльність «тролів» і «ботів», які поширюють спеціально підготовлені

повідомлення та коментарі. Зазначене спрямовано на розпалювання гострих дискусій, що створюють напругу в соціосистемі, підготовку цільової аудиторії до дії, вигідної суб'єкту впливу та на дестабілізацію соціальних і політичних процесів через маніпуляції в інформаційному просторі. Автор наводить цікаві данні з досліджень Оксфордського університету. Зокрема, у результаті трирічного вивчення було виявлено докази пропаганди та маніпуляцій у соціальних мережах у 70 країнах світу. Пропаганда здійснювалася як на внутрішньо-державному, так і на міждержавному рівні. Найактивніше соціальні мережі, зокрема Facebook і Twitter (сьогодні X), використовувалися сімома країнами: Китай, Індія, Іран, Пакистан, росія, Саудівська Аравія та Венесуела. Ці країни намагалися впливати на громадську думку за межами своїх кордонів, використовуючи соціальні мережі як ефективний інструмент для просування своїх інтересів [8, с. 30].

Таким чином, провідними засобами доставки повідомлень, що формують імідж тієї чи іншої держави є друковані та електронні джерела. Друковані видання характеризуються такими перевагами, як широка розповсюдженість, доступність, низька вартість та можливість багаторазового використання матеріалів, однак їхній недолік полягає у низькій оперативності. Натомість, електронні джерела вирізняються високою оперативністю, а такі медіа, як радіо та телебачення – масовою аудиторією. Протягом останніх десяти років в Україні провідним джерелом інформації стала мережа Інтернет, що продовжує змінювати ключові характеристики засобів інформаційного впливу. Серед основних трансформацій друкованих та електронних джерел у сучасний період слід назвати наступні. Розширення присутності традиційних ЗМІ в Інтернеті. Глобалізація контенту та одночасно його сегментація. Використання інтерактивного зв'язку – експлуатація механізмів взаємодії зі споживачем через соціальні мережі, коментарі та форуми. У подальших дослідженнях важливо зосередитися на аналізі механік розповсюдження повідомлень через друковані та електронні джерела інформації, а також на пошуку методів протидії маніпуляцій з іміджем держави.

Список використаної літератури

1. Lakoff G. Don't Think Of An Elephant! Know Your Values and Frame the Debate: The Essential Guide for Progressives. : White River Junction, 2004. 200 p.
2. Lefebvre V. Algebra of Conscience: A Comparative Analysis of Western and Soviet Ethical Systems. Dordrecht, Holland, D.: Reidel Publishing, 1982, 220 p.
3. McLuhan M. War and Peace in the Global Village. NY : Gingko Press, 2001. 411 p.
4. Baudrillard J. The System of Objects URL : https://monoskop.org/images/2/28/Baudrillard_Jean_The_system_of_objects_1996.pdf (date of access: 24.10.2024).
5. Wallerstein I. The Essential Wallerstein. New York : The New Press, 2000. 471 p.
6. Гібридна війна: in verbo et in praxi : монографія / під. заг. ред. Р. О. Додінова. Вінниця : ТОВ «Нілан-ЛТД», 2017. 412 с.
7. Марунченко О. П. Інформаційна війна у сучасному політичному просторі : дис. ... канд. політ. наук : 23.00.02. Одеса, 2013. 208 с.
8. Вітюк Н. Особливості дискурсу політичної пропаганди в умовах інформаційно-психологічної війни. Збірник наукових праць: психологія, 2019. № 24. С. 29-38.
9. Тарасюк В. М. Політико-правові засади застосування інформаційних технологій в умовах гібридної війни : дис... к. пол. наук: 23.00.02. Київ. 2018. 261 с.
10. Дубас О. Інформаційна війна : нові можливості політичного протистояння. *Освіта регіону*. 2010. № 1. С. 69-72.
11. Гуріна Н. Інформаційне протистояння – один з головних напрямків політики сучасних міжнародних відносин. URL: http://www.experts.in.ua/baza/analytic/index.php?ELEMENT_ID=13657. (дата звернення: 12.08.2024).

12. Шпилик С. Інформаційна війна, пропаганда та PR: такі схожі й такі різні... *Галицький економічний вісник*. 2014. № 4. С. 178-188.
13. Бельська Т. В. Інформаційно-психологічна війна як спосіб впливу на громадянське суспільство та державну політику держави. *Вісник Національного університету цивільного захисту України*. 2014. Вип. 1. С. 49-56.
14. Штонда Р.М. Паламарчук Н.А. Островський С.М. Соціальні мережі в інтернеті як інструмент загрози в Національній системі кібербезпеки України. *Актуальні проблеми управління інформаційною безпекою держави* : IX Всеукраїнська науково-практична конференція / Збірник тез наукових доповідей. Київ, 30.03.2018. С. 190-192.
15. Гурковський В. І. Особливості застосування інформаційної зброї в умовах глобального інформаційного суспільства. *Державне управління : удосконалення та розвиток*. 2010. № 4. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=123>. (дата звернення: 27.08.2024).
16. Почепцов Г. Г. Сміслові та інформаційні війни. *Інформаційне суспільство*. 2013. Вип. 18. С. 21-27.
17. Масова свідомість у зоні воєнного конфлікту на Донбасі : монографія / за ред. І. Ф. Кононова. Вінниця : ТОВ «ТВОРИ», 2018. 230 с.
18. Українці стали частіше користуватися інтернетом, 80% – онлайн щодня: соціопитування. UNDP Україна. URL: <https://www.undp.org/uk/ukraine/press-releases/ukrayintsi-staly-chastishe-korystuvatsya-internetom-80-onlayn-shchodnya-sotsopytuvannya> (дата звернення: 25.10.2024).
19. Бадер А. В. Збройне насилля як фактор впливу на функціонування та зміну політичних систем : дис. ... д-ра політ. наук : 23.00.02. Старобільськ, 2020. 454 с.

PRINTED AND ELECTRONIC SOURCES AS A MEANS OF INFLUENCING THE FORMATION OF THE IMAGE OF THE STATE

Anton Bader

*SU «Lugansk Taras Shevchenko National University»,
Ivan Bank Str., 3, 36003, Poltava, Ukraine*

The article emphasizes that modern-type states have been a competing unit in the international economic and political system from the very beginning. It is emphasized that the competitive advantages and place of a particular country in this system are determined not only on the basis of objective factors. It is emphasized that the strong influence is exerted by the stable, generally accepted ideas of the majority of subjects of international relations regarding the military, political and economic efficiency of a particular state. An example is given that the basis of the rapid economic growth of the USA in the second half of the twentieth century. was not the provision of the dollar with gold or oil, but the confidence of the world community in the efficiency of their economy. It is noted that under such conditions, the scientific community is faced with the task of identifying factors that influence the formation of the image of the state, and special attention is required to analyze printed and electronic sources, which act as the main means of influence in this process.

The article states that the leading means of delivering messages that form the image of a particular state are printed and electronic sources. It is noted that printed publications are characterized by such advantages as wide distribution, accessibility, low cost and the possibility of multiple use of materials, however, their disadvantage is low efficiency. It is indicated that electronic sources are distinguished by high efficiency, and media such as radio and television – by a mass audience. It is added that over the past ten years in Ukraine, the Internet has become the leading source of information, and this continues to change the key characteristics of the means of information influence. The main transformations of printed

and electronic sources in the modern period are named. Expansion of the presence of traditional media on the Internet. Globalization of content and its simultaneous segmentation. Use of interactive communication – exploitation of mechanisms of interaction with the consumer through social networks, comments and forums. The task is set to focus in the future on the analysis of the mechanics of message distribution through printed and electronic sources of information, as well as on the search for methods of counteracting manipulations with the image of the state.

Key words: image of the state, printed and electronic sources, information influence, changing key characteristics of information sources.