

Тo ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В.Н. КАРАЗИНА

ФІЛОСОФСЬКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

КАФЕДРА ПОЛІТОЛОГІЇ

Пояснювальна записка

до кваліфікаційної роботи

на тему ПОЛІТИЧНИЙ ІМІДЖ КРАЇНИ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ВИБОРЧИЙ
ПРОЦЕС

Виконав:

студент 4 курсу, групи ОП-41

Бурминський Дмитро Сергійович

напряму підготовки 05 – «Соціальні та
поведінкові науки»
денного відділення спеціальності 052
«Політологія»

Керівник

канд.політ.наук, доцент

Люба О.О.

(наук.ступінь, посада, прізвище та ініціали)

Рецензент

канд.політ.наук, доцент

Стогова О.В.

(наук.ступінь, посада, прізвище та ініціали)

Харків – 2025 року

Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна

Філософський факультет

Кафедра політології

Спеціальність 052 Політологія

Освітньо-професійна програма «Політичні технології та аналіз політик»

Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)

ЗАТВЕРДЖУЮ:
Завідувач кафедри

О.А. ФІСУН
(ініціали, прізвище)

_____ (підпис)

« _____ » _____ 20 _____
року

ЗАВДАННЯ

На кваліфікаційну роботу бакалавра

Бурминський Дмитро Сергійович
(прізвище, ім'я та по батькові)

1. Тема роботи: « Політичний імідж країни та його вплив на виборчий процес»
керівник роботи Люба Олена Олексіївна , канд.політ.наук, доцент
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом по університету від «22» березня 2024 року № 3801-5/795

2. Строк подання студентом роботи 30.04.2025

3. Перелік питань, які потрібно розробити:

1. Які фактори найбільше впливають на формування політичного іміджу держави?
2. Яким чином міжнародний імідж країни може впливати на електоральні настрої?
3. Як політики використовують імідж країни як інструмент політичної боротьби?
4. У чому полягає різниця між внутрішнім і міжнародним іміджем країни?
5. Яку роль відіграють ЗМІ у формуванні іміджу країни?
6. Як формується імідж держави в очах громадян?

4. План роботи

№ з/п	Назва етапу роботи	Термін виконання етапу
1	Консультація з керівником щодо обрання теми роботи	30.09.2024
2	Затвердження теми роботи	11.10.2024
3	Аналіз та підбір літературних джерел для написання роботи	29.11.2024
4	Написання змісту до кваліфікаційної роботи	29.12.2024
5	Написання першого розділу та висновків до нього	11.01.2025
6	Написання другого розділу та висновків до нього	27.02.2025
7	Написання вступу до роботи	18.03.2025
8	Написання висновків до роботи	28.03.2025
9	Оформлення списку використаних джерел	19.04.2025
10	Написання анотації	27.04.2025
11	Фінальні коригування та доопрацювання	2.05.2025
12	Переддипломна практика	19.05.2025- 08.06.2025
13	Підготовка доповіді до виступу на захисті кваліфікаційної роботи	18.05.2025
14	Підготовка презентації до виступу на захисті кваліфікаційної роботи	29.05.2025
15	Підготовка до виступу на захисті кваліфікаційної роботи	25.05.2025
16	Передзахист кваліфікаційної роботи	27.06.2025
17	Фінальні коригування та доопрацювання після зауважень на передзахисті	27-31.05.2025
18	Перевірка кваліфікаційної роботи через систему антиплагіат	31.05.2025
19	Захист кваліфікаційної роботи	11.06.2025

5. Дата видачі завдання: 30.09.2024

Здобувач вищої освіти Д.С. Бурминський
(підпис) (ініціали, прізвище)

Керівник роботи _____ О.О. Люба
(підпис) (ініціали, прізвище)

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ
В. Н. КАРАЗІНА
ПОДАННЯ
ГОЛОВІ ЕКЗАМЕНАЦІЙНОЇ КОМІСІЇ
ЩОДО ЗАХИСТУ БАКАЛАВРСЬКОЇ РОБОТИ**

Направляється студент *Бурминський Д.С.* до захисту бакалаврської роботи за спеціальністю 052 – політологія на тему: «Політичний імідж країни та його вплив на виборчий процес»

Бакалаврська робота і рецензія додаються.

Декан філософського факультету _____ Карпенко І. В.

Довідка про успішність

Студент *Бурминський Д.С.* за період навчання на філософському факультеті з 2021 року по 2025 рік повністю виконала навчальний план за спеціальністю з таким розподілом оцінок за національною шкалою:

відмінно – _____%, добре – _____%, задовільно – _____%.

Фахівець 1 категорії

навчального центру організації

освітнього процесу філософського факультету _____ Рєвкова Н. Є.

Висновок керівника бакалаврської роботи

Студент *Бурминський Д.С.* виконав бакалаврську роботу на тему «Політичний імідж країни та його вплив на виборчий процес», яка присвячена комплексному дослідженню теоретичних засад формування політичного іміджу держави та аналізу його впливу на електоральну поведінку громадян. У роботі продемонстровано високий рівень наукової підготовки, вміння системно аналізувати міждисциплінарні джерела, а також застосовувати сучасні підходи до аналізу політичних комунікацій.

Керівник бакалаврської роботи:

Доцент, кандидат політичних наук

Харківського національного

університету імені В. Н. Каразіна _____

Люба О.О.

_____20__ року

Висновок кафедри про бакалаврську роботу

Бакалаврська робота розглянута. Студент *Бурминський Д.С.* допускається до захисту роботи в Екзаменаційній комісії.

Зав. кафедри політології _____

Фісун О.А.

_____20__ року

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЛІТИЧНОГО ІМІДЖУ КРАЇНИ	7
1.1. Сутність та структура політичного іміджу держави	7
1.2. Фактори формування політичного іміджу країни на міжнародній арені	14
1.3. Інструменти та технології створення позитивного політичного іміджу	18
Висновок до 1 розділу	24
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВПЛИВУ ПОЛІТИЧНОГО ІМІДЖУ КРАЇНИ НА ВИБОРЧИЙ ПРОЦЕС	26
2.1. Вплив міжнародного іміджу держави на електоральні настрої населення	32
2.2. Використання іміджу країни як інструменту політичної боротьби	39
2.3. Особливості трансформації політичного іміджу держави в період виборчих кампаній	39
Висновок до 2 розділу	45
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ОПТИМІЗАЦІЇ ПОЛІТИЧНОГО ІМІДЖУ ТА ЙОГО ЕФЕКТИВНЕ ВИКОРИСТАННЯ У ВИБОРЧОМУ ПРОЦЕСІ	47
3.1. Стратегії формування позитивного політичного іміджу країни	48
3.2. Механізми адаптації міжнародного іміджу до внутрішньополітичних процесів	52
3.3. Перспективи використання цифрових технологій у формуванні іміджу держави та їх вплив на виборчу активність	57
Висновок до 3 розділу	62
ВИСНОВКИ	64
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	68

ВСТУП

Актуальність теми. Сучасний політичний ландшафт характеризується складними трансформаційними процесами, в яких політичний імідж країни виступає визначальним чинником формування суспільної свідомості та електоральної поведінки. Вивчення механізмів впливу політичного іміджу на виборчий процес набуває особливої значущості в контексті глобалізаційних викликів та динамічних змін у комунікативному просторі сучасних демократичних суспільств. Вітчизняна наукова думка представлена фундаментальними дослідженнями таких вчених, як Л. Кочубей (2019, с. 136), Р. Мачуський (2019, с. 324), Ю. Остапець (2016, с. 400–411) та ін., які здійснили ґрунтовний аналіз електоральних технологій та політичних комунікацій.

Ступінь наукової розробленості проблеми свідчить про міждисциплінарний характер дослідження, що охоплює політологію, соціальні комунікації, психологію та інформаційні технології. Особливу увагу вітчизняні та зарубіжні дослідники приділяють вивченню впливу інформаційно-комунікативних технологій на формування політичного іміджу, про що свідчать праці А. Метельської (2023, с. 215), О.Омельченко (2019, с. 84–86) та ін. Водночас, недостатньо розкритими залишаються питання комплексного впливу політичного іміджу на електоральні процеси в умовах цифрової трансформації суспільства. Об'єкт дослідження формується на перетині складних політико-комунікативних систем, що включають механізми творення, репрезентації та сприйняття політичного іміджу держави. Він охоплює широкий спектр взаємодій між політичними інститутами, медійними платформами, соціальними мережами та електоральними групами, демонструючи багатовимірність процесів політичної комунікації.

Предмет дослідження концентрується на закономірностях формування політичного іміджу країни, його структурних компонентах, комунікативних стратегіях та механізмах впливу на електоральну поведінку. Особливої уваги заслуговують трансформаційні процеси, пов'язані з цифровізацією політичних комунікацій та появою нових форм інформаційного впливу.

Методологічна основа дослідження ґрунтується на системному, структурно-функціональному та порівняльному підходах, що дозволяють комплексно вивчити політичний імідж як динамічну соціально-комунікативну систему. Важливу роль відіграють міждисциплінарні методи: інституційний, комунікативний, соціально-психологічний аналіз, які забезпечують всебічність наукового пошуку.

Характеристика джерел інформації представлена широким спектром вітчизняних та зарубіжних наукових праць, нормативно-правових документів, статистичних матеріалів та електронних ресурсів. Основу джерельної бази складають наукові публікації в галузі політології, соціальних комунікацій, праці вітчизняних дослідників: Е.Волотко (2019, с. 4), І.Єремеєвої (2022), Г. Зеленько (2019, с. 120), О.Кулеби (2013), О.Омельченко (2019, с. 85)., а також зарубіжних авторів: М.Маклюєна (2013), К. Юнга (1968) та ін. Важливими інформаційними джерелами слугують офіційні документи, зокрема виборчі програми, стратегічні документи, аналітичні звіти органів державної влади та міжнародних організацій.

Актуальність дослідження посилюється необхідністю розвитку теоретико-методологічних засад вивчення політичного іміджу в контексті сучасних викликів демократичного поступу, потребою вдосконалення комунікативних стратегій та розробки практичних рекомендацій щодо ефективного формування позитивного образу держави.

Метою дослідження є комплексний аналіз теоретико-методологічних засад формування політичного іміджу країни та розкриття його впливу на електоральні процеси через системне вивчення комунікативних стратегій, інформаційних технологій та соціально-політичних чинників, що визначають ефективність іміджевої політики в контексті демократичного державотворення.

Для досягнення поставленої мети необхідно розв'язати низку взаємопов'язаних наукових **завдань**:

теоретично обґрунтувати сутність та структуру політичного іміджу держави;

- проаналізувати фактори формування іміджу на міжнародній арені;
- дослідити інструменти та технології створення позитивного політичного іміджу;
- розкрити вплив міжнародного іміджу на електоральні настрої населення;
- визначити особливості використання іміджу країни в політичній боротьбі;
- розробити стратегії оптимізації політичного іміджу;
- окреслити перспективи застосування цифрових технологій у формуванні іміджу держави.

Об'єктом дослідження виступає система політичних комунікацій та іміджевих практик, що формують цілісне уявлення про політичний образ держави в контексті виборчого процесу. Це складна, багатовимірна система взаємодії політичних акторів, комунікативних каналів, інформаційних потоків та електоральних настроїв, яка відображає динаміку політичних трансформацій та демократичних процесів у сучасному суспільстві.

Предметом дослідження є механізми та закономірності формування політичного іміджу держави, його структурні компоненти, інструменти впливу на електоральну поведінку та комунікативні стратегії просування позитивного образу країни в умовах сучасних політичних трансформацій.

Практичне значення дослідження полягає в розробці конкретних рекомендацій для органів державної влади, політичних інститутів та комунікативних агентств щодо ефективного формування та просування позитивного політичного іміджу держави. Запропоновані теоретичні положення та практичні напрацювання можуть бути використані для вдосконалення виборчих технологій, розвитку інформаційної політики та підвищення електоральної культури суспільства.

Теоретичне значення роботи визначається поглибленням наукового розуміння політичного іміджу як складної соціально-комунікативної системи, розширенням методологічного інструментарію дослідження іміджевих процесів

та розробкою концептуальних положень щодо впливу політичного іміджу на електоральні трансформації. Дослідження збагачує теоретичний дискурс у галузі політичних комунікацій, іміджелогії та виборчих технологій.

Гіпотеза дослідження ґрунтується на припущенні, що політичний імідж країни є динамічною системою, яка не лише відображає поточний стан політичних процесів, але й активно впливає на електоральну поведінку через комплексну взаємодію інформаційних, комунікативних та соціально-психологічних чинників. Ефективність іміджевої стратегії залежить від здатності адаптуватися до мінливих суспільно-політичних умов та використовувати сучасні цифрові технології комунікації.

Новизна роботи полягає в комплексному міждисциплінарному підході до вивчення політичного іміджу країни, системному аналізі його впливу на виборчий процес з урахуванням сучасних інформаційно-технологічних трансформацій. Вперше запропоновано цілісну концепцію формування політичного іміджу держави, яка інтегрує теоретичні напрацювання політології, соціальних комунікацій, психології та інформаційних технологій.

Методи дослідження. В процесі написання дипломної роботи була використана система загальнонаукових та спеціальних емпіричних і теоретичних методів дослідження. Також використовувалися такі емпіричні методи, як, опис, порівняння та узагальнення.

Структура роботи. Дипломна робота має анотацію, вступ, три розділи з підрозділами, висновки та список використаної літератури. Перший розділ присвячено теоретичним основам дослідження політичного іміджу держави, де розкриваються сутність, структура та інструменти формування іміджу; другий розділ містить глибокий аналіз впливу політичного іміджу на електоральні процеси, розглядаючи механізми впливу міжнародного іміджу на настрої виборців та використання іміджевих технологій у політичній боротьбі; третій розділ пропонує практичні шляхи оптимізації політичного іміджу, включаючи стратегії формування позитивного іміджу, механізми адаптації міжнародного

іміджу до внутрішньополітичних процесів та перспективи використання цифрових технологій у формуванні державного іміджу.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЛІТИЧНОГО ІМІДЖУ КРАЇНИ

1.1. Сутність та структура політичного іміджу держави

Політичний імідж держави являє собою складну та багатогранну соціально-комунікативну конструкцію, яка формується в свідомості міжнародної спільноти та відображає сукупність уявлень, оцінок і стереотипів щодо політичної системи, державних інституцій, політичного керівництва та загальної стратегії країни на міжнародній арені. Це динамічний образ, що постійно трансформується під впливом різноманітних внутрішніх та зовнішніх факторів, включаючи геополітичні процеси, економічні показники, культурні особливості та комунікативні стратегії держави.

Структура політичного іміджу країни має комплексний характер і складається з декількох взаємопов'язаних компонентів. Перш за все, це когнітивний компонент, який репрезентує раціональне сприйняття держави через її політичні інституції, систему управління, зовнішню та внутрішню політику. Емоційний компонент формує ставлення до країни на основі символічних образів, історичних наративів та культурних архетипів. Важливим є також праксеологічний компонент, що відображає практичну здатність держави реалізовувати свої політичні цілі та демонструвати ефективність державного механізму.

Теоретичне осмислення політичного іміджу передбачає розгляд його як складного семіотичного конструкту, що має знаково-символічну природу. У сучасному науковому дискурсі виділяють кілька концептуальних підходів до розуміння політичного іміджу держави: інституційний, який розглядає імідж через призму державних інституцій; комунікативний, що акцентує увагу на

комунікативних стратегіях формування позитивного образу; та соціально-психологічний, який досліджує механізми сприйняття та інтерпретації політичного образу суспільною свідомістю.

Механізми формування політичного іміджу країни включають різноманітні канали комунікації: міжнародні медіа, дипломатичні представництва, культурні обміни, наукові та економічні взаємодії, туристичні потоки та інформаційні кампанії. Особливого значення набувають стратегічні комунікації, спрямовані на цілеспрямоване конструювання позитивного образу держави через презентацію її культурних, економічних та політичних досягнень, демонстрацію потенціалу та міжнародної суб'єктності.

Важливою характеристикою політичного іміджу є його здатність до трансформації та адаптації в умовах глобальних викликів та геополітичних трансформацій. Він виступає не лише відображенням реальної політичної практики, але й активним інструментом міжнародної комунікації, засобом м'якої сили та стратегічного позиціонування держави в міжнародному просторі. Політичний імідж виконує низку функцій: презентаційну, комунікативну, ідентифікаційну, легітимаційну та інструментальну.

Сучасні дослідження політичного іміджу держави базуються на міждисциплінарному підході, що інтегрує методологічні напрацювання політології, соціології, психології, комунікативістики та культурології. Такий комплексний підхід дозволяє розглядати політичний імідж як багатошарову систему, що включає раціональні та ірраціональні компоненти, об'єктивні характеристики та суб'єктивні інтерпретації, формальні та неформальні комунікативні практики.

Концептуалізація політичного іміджу держави є складним теоретико-методологічним завданням, яке вимагає врахування широкого спектру внутрішніх та зовнішніх чинників. Політичний імідж постає не просто штучно сконструйованим образом, а складною соціальною технологією, що відображає глибинні процеси політичної комунікації, культурної взаємодії та глобальних трансформацій міжнародних відносин. Його вивчення передбачає не лише аналіз

комунікативних стратегій, але й глибоке розуміння соціально-психологічних механізмів сприйняття та інтерпретації політичної реальності.

Цілісність політичного іміджу забезпечується взаємопов'язаністю структурних компонентів, що включають інституційні, комунікативні та соціокультурні виміри. Наукове осмислення політичного іміджу потребує системного підходу, який дозволяє розкрити механізми його генезису та трансформації. Формування політичного іміджу держави відбувається під впливом як внутрішньополітичних процесів, так і зовнішньополітичної кон'юнктури.

Конституція України визначає базові принципи формування державного іміджу через забезпечення демократичних цінностей та прозорості політичних інституцій. Політичний імідж країни виступає складним соціально-комунікативним феноменом, що репрезентує сукупність стійких уявлень та очікувань міжнародної спільноти щодо політичної системи держави. Він включає раціональні та емоційні компоненти сприйняття політичної реальності, відображає ступінь довіри до державних інституцій та політичного керівництва. Структурно політичний імідж складається з історичного, інституційного, персонального та ментального вимірів, кожен з яких має власні закономірності формування та трансформації. Багатошаровість політичного іміджу зумовлює необхідність комплексного міждисциплінарного підходу до його вивчення.

Теоретико-методологічні засади дослідження політичного іміджу ґрунтуються на системному, інституційному та комунікативному підходах. Системний підхід дозволяє розглядати політичний імідж як цілісну динамічну систему, що перебуває у постійній взаємодії з внутрішнім та зовнішнім середовищем. Інституційний підхід концентрує увагу на формальних та неформальних політичних інституціях, які безпосередньо впливають на конструювання іміджевих характеристик держави. Комунікативний підхід розкриває механізми творення політичного іміджу через інформаційні канали, медійні репрезентації та комунікативні стратегії.

Важливим теоретичним підґрунтям дослідження політичного іміджу держави виступають концепції політичної комунікації та іміджелогії. Вони розкривають закономірності формування суспільних уявлень про політичну реальність, механізми впливу на масову свідомість та особливості інтерпретації політичних подій. Політичний імідж розглядається вітчизняними дослідниками (А. Морозов, Н. Шуст) як складний семіотичний конструкт, що включає вербальні та невербальні компоненти комунікації. Він відображає не лише реальний стан політичної системи, але й колективні уявлення, стереотипи та очікування соціальних груп. Формування політичного іміджу держави відбувається через складну взаємодію раціональних та ірраціональних чинників (с. 26-29).

Структура політичного іміджу держави включає декілька взаємопов'язаних рівнів: інституційний, персональний, соціокультурний та комунікативний. Інституційний рівень репрезентує формальні характеристики політичної системи, її ефективність та легітимність. Персональний рівень пов'язаний з image-making політичних лідерів та їхніми індивідуальними комунікативними стратегіями. Соціокультурний вимір розкриває ментальні особливості політичної культури та її вплив на сприйняття держави. Комунікативний рівень забезпечує трансляцію іміджевих характеристик через різноманітні канали комунікації.

Політичний імідж держави формується під впливом комплексу взаємопов'язаних чинників, серед яких, на нашу думку, визначальними є історичні традиції країни, її геополітичне становище, економічний розвиток та культурні особливості. Зовнішньополітичний контекст справляє значний вплив на конструювання іміджевих характеристик, створюючи певні репутаційні матриці. Внутрішньополітичні процеси, рівень демократичності політичної системи, дотримання прав і свобод громадян безпосередньо позначаються на сприйнятті держави міжнародною спільнотою. Як влучно підкреслюють А.Морозов та Н.Шуст, «важливу роль відіграють комунікативні стратегії

політичного керівництва та їхня здатність формувати позитивний наратив» (1997, с. 22-25).

Нормативно-правове забезпечення формування політичного іміджу держави реалізується через низку законодавчих актів. Зокрема, Закон України “Про інформацію” визначає загальні принципи інформаційної політики та комунікативних стратегій держави (1992, с. 1). Постанова Кабінету Міністрів України “Про забезпечення національної інформаційної політики” встановлює механізми формування позитивного іміджу на державному рівні. Розпорядження “Про затвердження Стратегії інформаційної реінтеграції України” окреслює концептуальні напрями іміджевої політики (2024, с. 1).

Теоретичні моделі політичного іміджу держави репрезентують різні методологічні підходи до його вивчення. Функціональна модель концентрується на аналізі інституційної ефективності політичної системи. Комунікативна модель розкриває механізми творення іміджу через інформаційні канали та репрезентативні стратегії. Соціокультурна модель досліджує взаємозв'язок політичного іміджу з ментальними особливостями суспільства. Порівняльна модель дозволяє здійснювати міжнародні зіставлення іміджевих характеристик різних держав.

Методологія дослідження політичного іміджу включає комплекс взаємодоповнювальних методів: порівняльний аналіз, інституційний підхід, комунікативний аналіз, соціологічні опитування, контент-аналіз медійних репрезентацій. Емпіричні дослідження спираються на якісні та кількісні методики, що дозволяють розкрити багатовимірність політичного іміджу. Важливе значення мають міждисциплінарні стратегії, які забезпечують всебічне вивчення досліджуваного феномену (табл. 1.1). Слід підкреслити, що політичний імідж держави виступає динамічною системою, що зазнає постійних трансформацій під впливом внутрішніх та зовнішніх чинників. Процеси глобалізації та діджиталізації створюють нові виклики для формування позитивного іміджу, водночас актуалізуючи використання сучасних комунікативних технологій. Цифрові платформи та соціальні мережі стають

потужними інструментами репрезентації політичної реальності, дозволяючи оперативно формувати суспільні уявлення про державу (табл. 1.2). Трансформаційні процеси в інформаційному просторі створюють нові можливості та ризики для формування політичного іміджу держави. Діджиталізація комунікативних каналів призводить до появи нових форм політичної репрезентації, заснованих на інтерактивності та оперативності інформаційного обміну. Слід погодитися з думкою Н. Воробйової, що сучасні соціальні мережі перетворюються на потужний інструмент впливу на масову свідомість, дозволяючи миттєво транслювати політичні наративи та формувати громадську думку. Цифрові технології забезпечують широкий спектр комунікативних стратегій, що впливають на сприйняття держави різними соціальними групами (2023, с. 26-38).

Політичний імідж держави безпосередньо пов'язаний з рівнем демократичності політичної системи та дотриманням базових прав і свобод громадян. Міжнародні рейтинги та індекси демократії слугують важливими критеріями оцінки іміджевих характеристик країни. Зокрема, Індекс демократії, що укладається The Economist Intelligence Unit, надає комплексну оцінку політичних систем, враховуючи виборчі процеси, функціонування уряду, політичну участь, політичну культуру та рівень громадянських свобод.

Теоретичне осмислення політичного іміджу країни базується на міждисциплінарному підході, що інтегрує методологічні напрацювання політології, соціології, психології, комунікативістики та культурології. Такий комплексний підхід дозволяє розглядати політичний імідж як багатошарову систему, що включає раціональні та ірраціональні компоненти, об'єктивні характеристики та суб'єктивні інтерпретації.

Теоретичне осмислення політичного іміджу держави передбачає врахування впливу глобальних геополітичних трансформацій. Міжнародні конфлікти, економічні кризи, глобальні виклики безпеці справляють значний вплив на формування іміджевих характеристик. На думку дослідників Т.Семенчук та В. Несіна, сучасні держави змушені постійно адаптувати свої

комунікативні стратегії, враховуючи динаміку міжнародних відносин та зміни у глобальному інформаційному просторі (2007, с. 153).

Важливим теоретичним виміром дослідження політичного іміджу є аналіз комунікативних стратегій політичних лідерів. Персональний імідж перших осіб держави безпосередньо впливає на сприйняття країни міжнародною спільнотою. Невербальні комунікації, риторичні особливості, здатність до ефективної дипломатичної взаємодії становлять суттєву складову іміджевих характеристик.

Політичний імідж держави формується на перетині раціональних та емоційних компонентів сприйняття. Раціональна складова безпосередньо пов'язана з об'єктивними показниками економічного розвитку, політичної стабільності, ефективності державного управління. Емоційна складова включає культурні стереотипи, історичні наративи, колективні уявлення про державу. Взаємодія цих компонентів створює складну систему репрезентації політичної реальності.

Методологія дослідження політичного іміджу вимагає застосування комплексних міждисциплінарних підходів: політична психологія, соціологія, комунікативістика, культурологія забезпечують теоретичне підґрунтя для всебічного вивчення іміджевих характеристик держави. Міждисциплінарність дозволяє розкрити багатовимірність політичного іміджу, виявити латентні механізми його формування та трансформації.

Висновком теоретичного дослідження політичного іміджу держави є розуміння його як складної, динамічної системи, що постійно трансформується під впливом внутрішніх та зовнішніх чинників. Політичний імідж виступає важливим інструментом міжнародної комунікації та репрезентації політичної системи. З огляду на вищевикладене, вважаю, що подальші наукові розвідки мають бути спрямовані на поглиблене вивчення факторів формування політичного іміджу країни на міжнародній арені.

1.2. Фактори формування політичного іміджу країни на міжнародній арені

Політичний імідж країни являє собою складну соціально-комунікативну систему, що формується в свідомості міжнародної спільноти та відображає багатовимірне сприйняття держави крізь призму її політичних, економічних, культурних та комунікативних характеристик. Як було зазначено вище, це динамічний образ, який постійно трансформується під впливом внутрішніх та зовнішніх факторів, включаючи геополітичні процеси, культурні особливості та стратегічні комунікації. Формування політичного іміджу держави є складним багатовимірним процесом, що відображає комплексну взаємодію внутрішніх та зовнішніх чинників державотворення.

Інституційні механізми формування політичного іміджу країни безпосередньо пов'язані з державною інформаційною політикою. Відповідно до Закону України “Про інформацію” від 02.10.1992 № 2657-XII, інформаційна діяльність спрямована на створення умов для формування громадської думки та міжнародного сприйняття держави (1992, с. 1). Нормативно-правове забезпечення процесів формування іміджу включає стратегічні документи, що регламентують комунікативні стратегії органів державної влади. Важливу роль у цьому процесі відіграють інституції публічної дипломатії, які здійснюють цілеспрямовану інформаційну політику. Системний підхід до формування політичного іміджу передбачає координацію зусиль різних державних та недержавних суб'єктів комунікації.

Соціокультурні чинники становлять фундаментальну основу міжнародного іміджу країни. Культурна дипломатія розглядається як потужний інструмент м'якої сили, що репрезентує унікальність національної ідентичності. Аналіз досліджень з політичного іміджу свідчить про визначальну роль культурних архетипів у формуванні міжнародного образу держави. Трансляція культурних цінностей, наукових досягнень, мистецьких надбань створює

позитивний контекст сприйняття країни на міжнародній арені. Важливими складниками культурного іміджу виступають освітні обміни, міжнародні мистецькі проєкти, наукова комунікація.

Комунікативні технології відіграють провідну роль у конструюванні політичного іміджу держави. Цифрові медіа та соціальні мережі створюють принципово нові можливості для міжнародної комунікації. Приміром, наукові дослідження Базика Р. (2024) , В. Герещука (2008, с. 5–10) Л. Герасимюк та Л. Тарасюка (2022) , підтверджують трансформаційний вплив інформаційних технологій на процеси іміджеформування. Стратегічні комунікації включають широкий спектр інструментів: від офіційних дипломатичних каналів до неформальних мережових комунікацій. Важливого значення набувають механізми протидії інформаційним маніпуляціям та деструктивним наративам.

Геополітичний контекст формування політичного іміджу країни характеризується складною системою міжнародних взаємовідносин. Зовнішньополітичний курс держави безпосередньо впливає на її міжнародний образ та сприйняття на світовій арені. Україна, зокрема, демонструє активну позицію щодо європейської інтеграції та захисту національних інтересів (2024). Геополітичний імідж формується через дипломатичні канали, участь у міжнародних організаціях, миротворчих місіях та глобальних ініціативах.

Економічні фактори становлять суттєву складову політичного іміджу країни. Адже інвестиційна привабливість та рівень економічного розвитку, участь у міжнародних економічних процесах створюють підґрунтя для позитивного сприйняття держави. Транспарентність економічної політики, широке впровадження інноваційних технологій, розвиток підприємницького середовища формують репутацію країни на міжнародній арені. Тут важливу роль відіграють показники економічної стабільності країни та потенціал її економічного зростання.

Політичні інститути та система врядування безпосередньо впливають на формування міжнародного іміджу держави. Рівень демократичності політичної системи, дотримання принципів верховенства права, захист прав і свобод

громадян становлять фундамент позитивного сприйняття країни. Електоральні процеси, якість політичної конкуренції, механізми політичної участі громадян формують уявлення про політичну систему держави (табл. 1.3).

Інформаційна безпека виступає суттєвим чинником формування політичного іміджу країни. На думку В. Мачуського, саме здатність держави протистояти інформаційним загрозам, маніпулятивним технологіям та деструктивним наративам визначає її міжнародну суб'єктність (2019, с. 90-96). Розвиток системи стратегічних комунікацій, медіа-грамотність населення, інформаційний суверенітет становлять важливі складові іміджевої політики.

Науково-технологічний потенціал країни суттєво впливає на її міжнародний імідж. Інноваційні розробки, наукові досягнення, технологічний прогрес формують образ держави як сучасного та прогресивного суб'єкта міжнародних відносин. Участь у глобальних наукових проєктах, розвиток дослідницької інфраструктури, підтримка талановитих науковців створюють позитивний контекст сприйняття країни (табл. 1.4). Варто підкреслити, що людський капітал виступає визначальним фактором формування позитивного політичного іміджу держави. Професійний рівень державних службовців, якість освіти, інтелектуальний потенціал нації безпосередньо впливають на міжнародне сприйняття країни. Розвиток людських ресурсів передбачає створення ефективних механізмів підготовки кадрів, підтримки талановитої молоді, забезпечення професійного зростання. У сучасних умовах міжнародні освітні обміни, стажування, наукові комунікації слугують важливими каналами трансляції позитивного іміджу держави.

Слід наголосити на тому, що діяльність політичних лідерів становить важливу складову формування міжнародного іміджу країни. Українські науковці А. Морозов та Н. Шуст Н. зазначають, що харизматичність, комунікативна компетентність, здатність до стратегічного мислення політичних акторів безпосередньо впливають на сприйняття держави на міжнародній арені (с. 215). Невербальні комунікації, риторичні стратегії, дипломатичний інструментарій політичних лідерів створюють потужний іміджевий контент. Важливу роль

відіграє послідовність зовнішньополітичних комунікацій та здатність до конструктивного діалогу.

Інформаційна політика держави також набуває стратегічного значення у формуванні політичного іміджу. Розпорядження Кабінету Міністрів України “Про затвердження Стратегії інформаційної реінтеграції” від 15.02.2024 № 89-р визначає пріоритетні напрями комунікативної діяльності. Системний підхід до інформаційної політики передбачає координацію зусиль різних інституцій, створення ефективних комунікативних платформ. Важливого значення набувають механізми протидії інформаційним маніпуляціям та деструктивним наративам.

Електоральні процеси виступають потужним індикатором демократичності політичної системи та чинником формування міжнародного іміджу держави. Прозорість виборчих кампаній, дотримання міжнародних демократичних стандартів, політична конкуренція створюють підґрунтя для позитивного сприйняття країни. Виборчий кодекс України від 19.12.2019 № 396-IX регламентує основні принципи проведення виборчих процесів (2024). Міжнародні спостерігачі та різні аналітичні центри постійно здійснюють моніторинг електоральних процесів.

Технологічні трансформації суттєво впливають на механізми формування політичного іміджу держави. Цифрові комунікативні платформи, соціальні мережі створюють сьогодні принципово нові можливості для міжнародної репрезентації. Алгоритми соціальних мереж, штучний інтелект, Big Data технології формують новий комунікативний ландшафт. Держави змушені адаптувати комунікативні стратегії до динамічних технологічних змін, враховувати потенціал цифрових технологій.

Міжнародні конфлікти та геополітичні трансформації сучасного світоустрою здійснюють фундаментальний вплив на політичний імідж держави. Зокрема, Україна, перебуваючи в умовах сьогодення в епіцентрі складних геополітичних процесів, що є об’єктом пильного зовнішнього спостереження, а дії української влади у міжнародній політиці — предметом постійної оцінки та

інтерпретації, на нашу думку, демонструє здатність до захисту національних інтересів. Міжнародна підтримка, дипломатичні зусилля, стійкість політичної системи становлять важливі складові іміджевої стратегії. Слід зазначити, що в умовах глобалізації інформаційного простору здатність держави до конструктивного діалогу та мирного врегулювання конфліктів формує її міжнародну репутацію та відповідний образ держави в очах світової спільноти.

Доцільно звернути увагу на те, що механізми дипломатії набувають наразі важливого значення у формуванні політичного іміджу країни. Наукова дипломатія виступає перспективним інструментом формування позитивного політичного іміджу країни. Міжнародні наукові проєкти, дослідницькі колаборації, академічні обміни створюють платформу для конструктивної міжнародної комунікації. Дипломатія долає бар'єри політичної конфронтації, сприяє взаєморозумінню та співробітництву. Інтеграція вітчизняної наукової спільноти у глобальний дослідницький простір підвищує міжнародний авторитет держави. Трансляція власних культурних цінностей та національних традицій формує емоційно насичений контент іміджевої політики. Слід підкреслити, що важливу роль відіграють неурядові організації, громадські ініціативи у процесах міжнародної комунікації.

Підводячи підсумки, слід відзначити, що формування політичного іміджу країни являє собою складну, багатовимірну систему взаємопов'язаних чинників. Комплексний, міждисциплінарний підхід дозволяє цілеспрямовано впливати на міжнародне сприйняття держави, створювати позитивний глобальний контекст її репрезентації.

1.3. Інструменти та технології створення позитивного політичного іміджу

Формування позитивного політичного іміджу країни являє собою складну стратегічну діяльність, що передбачає комплексне використання різноманітних інструментів та технологій комунікативного впливу. Сучасні інструментарії створення іміджевого образу держави базуються на поєднанні традиційних

дипломатичних практик та інноваційних комунікативних технологій, що дозволяють цілеспрямовано конструювати та просувати бажаний політичний образ на міжнародній арені.

Стратегічні комунікативні технології формування політичного іміджу включають системну роботу з інформаційними каналами, медійними платформами та комунікативними майданчиками. Ключовим інструментом виступає іміджева дипломатія, що передбачає цілеспрямовану презентацію держави через офіційні дипломатичні представництва, міжнародні організації та двосторонні комунікативні канали. Важливу роль відіграють іміджеві наративи, які формують позитивний контекст сприйняття країни шляхом створення унікальних історій про державні досягнення, культурні особливості, інноваційний потенціал та соціально-політичні цінності.

Технологічний інструментарій створення політичного іміджу охоплює широкий спектр комунікативних практик, серед яких особливого значення набувають соціальні медіа-стратегії, іміджеві інформаційні кампанії та брендинг держави. Важливим напрямком є культурна дипломатія, що передбачає просування національних ідей через мистецькі проекти, наукові обміни, освітні програми та туристичні презентації. Такі інструменти дозволяють створювати позитивний емоційний контекст сприйняття країни, формувати привабливий образ держави через демонстрацію її культурного багатства, інтелектуального потенціалу та гуманістичних цінностей. Ефективність політичного іміджування безпосередньо залежить від здатності держави створювати послідовні, переконливі та емоційно насичені комунікативні стратегії, що відображають її унікальність та міжнародну суб'єктність.

Формування позитивного політичного іміджу держави становить складну багатовекторну систему комунікативних та інформаційних стратегій, спрямованих на конструювання цілісного та привабливого образу країни в міжнародному та внутрішньому просторі. Сучасні наукові розвідки демонструють комплексний характер іміджевих технологій, які охоплюють різноманітні комунікативні практики та інструменти впливу на суспільну

свідомість. Формування позитивного політичного іміджу потребує системного підходу, що інтегрує комунікативні, психологічні та соціально-політичні механізми впливу. Концептуальні засади іміджелогії розглядають політичний імідж як складну соціальну технологію, що має на меті створення позитивного образу держави та її політичних інституцій.

Слід погодитися, що вирішальну роль у процесі створення позитивного політичного іміджу держави відіграють саме інформаційно-комунікативні технології. Розвиток цифрового середовища та соціальних комунікацій трансформує традиційні механізми формування політичного іміджу, надаючи нові можливості для комунікації та репрезентації політичних суб'єктів. Законодавство України, зокрема Закон “Про інформацію” (2024) , регламентує інформаційні процеси та комунікативні стратегії в політичній сфері. Діджиталізація комунікативного простору створює унікальні можливості для таргетованої комунікації та оперативного реагування на інформаційні виклики. Соціальні мережі та цифрові платформи стають ключовими інструментами формування політичного іміджу, дозволяючи здійснювати безпосередню комунікацію з цільовими аудиторіями. Інтерактивні комунікативні стратегії забезпечують високий рівень залученості та персоналізації політичного іміджу.

Психологічні механізми впливу становлять фундаментальну основу технологій створення позитивного політичного іміджу. Використання психологічних закономірностей сприйняття та формування суспільної думки дозволяє конструювати ефективні комунікативні стратегії. Як відзначає українська дослідниця А. Метельська, «невербальні комунікації набувають особливого значення у процесі створення політичного іміджу, оскільки дозволяють транслювати емоційно насичені повідомлення» (2022, с. 215). Архетипові структури колективного несвідомого впливають на формування стійких іміджевих характеристик політичних суб'єктів. Психологічні техніки переконання та навіювання інтегруються в комунікативні стратегії для посилення ефективності політичного іміджу. Маніпулятивні технології, хоча й

мають неоднозначну репутацію, становлять важливий інструмент впливу на електоральні настрої.

Міжнародний імідж держави формується через комплексну систему дипломатичних, інформаційних та культурних комунікацій. Постанова Кабінету Міністрів України "Про забезпечення національної інформаційної політики" (2024) визначає стратегічні напрями формування позитивного іміджу країни на міжнародній арені. Зовнішньополітичні комунікації виступають ключовим інструментом просування національних інтересів та створення сприятливого міжнародного іміджу. Культурна дипломатія набуває особливого значення в процесі формування позитивного образу держави через трансляцію унікальних культурних цінностей та досягнень. Інформаційні кампанії та стратегічні комунікації спрямовані на подолання стереотипів та формування об'єктивного сприйняття країни на міжнародній арені. Транскордонні комунікативні практики забезпечують ефективну інтеграцію держави в глобальний політичний простір (табл. 1.5). Електоральні технології становлять окремий напрям формування політичного іміджу, безпосередньо пов'язаний з виборчим процесом. Виборчий кодекс України регламентує комунікативні стратегії під час електоральних кампаній. Політичні передвиборчі технології (приміром, іміджмейкінг, PR-стратегії, політична реклама тощо) включають комплекс інструментів впливу на електоральні настрої та формування позитивного сприйняття політичних акторів. Іміджеві стратегії кандидатів та політичних партій спрямовані на створення привабливого образу та встановлення емоційного зв'язку з виборцями. Використання соціологічних досліджень та маркетингових технік дозволяє здійснювати прецизійне таргетування політичних повідомлень. Електоральні комунікації інтегрують психологічні, соціальні та інформаційні технології впливу (табл. 1.6).

Інституційні механізми формування політичного іміджу передбачають системну діяльність державних органів та політичних інституцій щодо створення позитивного образу держави. Законодавство України "Про політичні партії" (2024) визначає нормативні засади комунікативної діяльності політичних

суб'єктів. Стратегічні комунікації органів державної влади спрямовані на забезпечення прозорості та підзвітності політичних процесів. Інституційний імідж формується через послідовну реалізацію державної політики, ефективне врядування та комунікативну відкритість. Професіоналізація комунікативних практик державних інституцій виступає ключовим чинником підвищення довіри суспільства.

Цифрові технології трансформують традиційні комунікативні моделі формування політичного іміджу. Соціальні мережі та онлайн-платформи (Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, Telegram тощо) створюють принципово нові можливості для безпосередньої комунікації політичних акторів з цільовими аудиторіями. Алгоритми соціальних мереж суттєво впливають на формування інформаційного порядку денного та сприйняття суспільством політичних повідомлень. Штучний інтелект та Big Data технології дозволяють здійснювати прецизійне таргетування політичних комунікацій. Діджиталізація виборчих технологій забезпечує більш ефективну комунікацію з електоральними групами. Крім того, цифрові інструменти (наприклад, Brandwatch, Talkwalker, YouScan, Google Trends, CrowdTangle та ін.) створюють можливості для оперативного моніторингу та коригування іміджевих стратегій.

Комунікативні стратегії формування позитивного політичного іміджу включають комплекс взаємопов'язаних технологій впливу на суспільну свідомість. Наративні техніки дозволяють конструювати цілісні смислові моделі сприйняття політичної реальності. Метафоричні комунікації становлять потужний інструмент емоційного впливу на цільові аудиторії. Комунікативні стратегії передбачають врахування соціально-психологічних особливостей різних цільових груп. Адаптивність комунікативних технологій забезпечує їх ефективність в умовах динамічного інформаційного середовища.

Психологічні техніки впливу на електоральні настрої становлять важливий інструмент формування політичного іміджу. Психологічні механізми переконання інтегруються в комунікативні практики політичних акторів. Емоційний інтелект виступає ключовим чинником ефективності політичних

комунікацій. Сучасні психологічні техніки дозволяють здійснювати цілеспрямований вплив на електоральні настрої. Слід відзначити, що дієвим механізмом впливу на суспільну свідомість, незважаючи на етичні застереження, залишаються маніпулятивні технології.

Міжнародний політичний імідж держави формується через складну систему комунікативних практик та дипломатичних стратегій. Розпорядження Кабінету Міністрів України “Про затвердження Стратегії інформаційної реінтеграції України” (2024) визначає концептуальні засади формування позитивного міжнародного іміджу. Слід зазначити, що культурна дипломатія набуває особливого значення в процесі просування національних інтересів на міжнародній арені. Інформаційні кампанії спрямовані на подолання стереотипів та формування об’єктивного сприйняття держави. Транскордонні комунікативні практики забезпечують ефективну інтеграцію країни в глобальний політичний простір. Стратегічні комунікації виступають ключовим інструментом просування національних інтересів.

Комплексне дослідження інструментів та технологій створення позитивного політичного іміджу демонструє багатовекторність та складність цього соціально-комунікативного феномену. Теоретичний аналіз дозволив виокремити ключові механізми формування політичного іміджу, серед яких домінують інформаційно-комунікативні, психологічні та інституційні технології.

Аналіз наукових робіт зарубіжних та вітчизняних науковців, дозволяє стверджувати, що політичний імідж є складною динамічною соціальною конструкцією, яка формується під впливом інформаційно-комунікативних технологій, цифрових платформ та психологічних механізмів впливу, при цьому нормативно-правова база України створює інституційне підґрунтя для його розвитку.

Висновок до 1 розділу

Політичний імідж держави являє собою складну та багатогранну соціально-комунікативну систему, що формується через сукупність уявлень, образів та ставлень суб'єктів міжнародних відносин до конкретної країни. Це динамічний конструкт, який відображає не лише реальні політичні, економічні та соціальні характеристики держави, але й символічні та емоційні складові її сприйняття на міжнародній арені. Політичний імідж виступає важливим стратегічним ресурсом країни, що безпосередньо впливає на її геополітичне становище, можливості дипломатичної взаємодії та загальну міжнародну репутацію.

Структура політичного іміджу держави включає взаємопов'язані елементи, серед яких визначальними є її зовнішньополітичний курс, рівень демократичності політичної системи, економічний потенціал, культурна привабливість та інституційна спроможність. Формування позитивного іміджу країни залежить від комплексу факторів, зокрема: історичної траєкторії розвитку країни, її геополітичного положення, внутрішньої стабільності, зовнішньополітичної стратегії та комунікативної політики. Принципово важливим є системний підхід до розбудови іміджевої стратегії, що передбачає використання різноманітних інструментів та технологій просування позитивного образу держави на міжнародній арені.

Інструментарій створення політичного іміджу країни охоплює широкий спектр комунікативних практик: від класичної дипломатії та публічної комунікації до сучасних digital-технологій та стратегічних наративів. Ключову роль відіграють інформаційно-комунікативні канали, які дозволяють формувати цілісне уявлення про країну через презентацію її культурних цінностей, досягнень, потенціалу та місії на міжнародній арені. Особливого значення набувають м'які методи впливу, що базуються на принципах прозорості, послідовності та культурної дипломатії, які сприяють створенню привабливого та переконливого образу держави в глобальному інформаційному просторі.

Таким чином, політичний імідж країни є складним соціально-комунікативним феноменом, що постійно трансформується під впливом

внутрішніх та зовнішніх чинників. Його формування потребує професійного, стратегічного підходу, залучення різноманітних комунікативних ресурсів та врахування глобальних тенденцій міжнародної комунікації. Успішність іміджевої політики держави безпосередньо пов'язана з її здатністю адекватно репрезентувати себе на міжнародній арені, створювати позитивні асоціації та демонструвати потенціал для конструктивної міжнародної взаємодії.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВПЛИВУ ПОЛІТИЧНОГО ІМІДЖУ КРАЇНИ НА ВИБОРЧИЙ ПРОЦЕС

2.1. Вплив міжнародного іміджу держави на електоральні настрої населення

Політичний імідж держави постає складним соціально-комунікативним феноменом, який справляє безпосередній вплив на електоральні настрої населення та формування політичних преференцій виборців. Взаємозв'язок міжнародного іміджу країни та внутрішньополітичних електоральних процесів визначається сукупністю когнітивних, емоційних та раціональних чинників, що формують колективні уявлення про політичну суб'єктність держави.

Механізм впливу політичного іміджу на електоральні настрої розкривається через системну інтеграцію зовнішньополітичних репрезентацій у свідомість виборців. Сприйняття країни на міжнародній арені транслюється через медійні канали, дипломатичні комунікації, культурні обміни та інформаційні потоки, створюючи контекст електоральних очікувань. Трансформація міжнародного іміджу держави безпосередньо корелює з електоральною активністю та політичними перевагами громадян, оскільки успішність зовнішньої політики сприймається як індикатор ефективності внутрішньодержавного управління.

Психологічний вимір впливу політичного іміджу на електоральну поведінку пов'язаний з формуванням колективних уявлень про стратегічний потенціал держави. Можна погодитися з думкою Семенчук Т. та Несіна В., що позитивний міжнародний образ країни підвищує довіру електорату до політичних інституцій, актуалізує патріотичні настрої та детермінує електоральні преференції. Негативні міжнародні репрезентації держави, навпаки, призводять до зниження електоральної активності, формування скептичних настроїв та делегітимації політичного режиму (2020).

Комунікативні стратегії трансляції політичного іміджу держави включають комплекс інформаційних технологій, спрямованих на формування електоральних очікувань. Політичні актори використовують механізми

іміджевої репрезентації для конструювання привабливого образу країни, що безпосередньо впливає на електоральні настрої. Трансформація іміджевих наративів відбувається через digital-комунікації, соціальні медіа, дипломатичні презентації та інформаційні кампанії, які створюють контекст сприйняття держави виборцями.

Детермінація електоральних процесів політичним іміджем країни розкривається через складну систему соціально-психологічних та комунікативних механізмів. Електоральна поведінка громадян формується під впливом сукупності зовнішньополітичних репрезентацій, які створюють когнітивну та емоційну матрицю сприйняття державної політики. Міжнародний імідж країни постає потужним чинником електоральної мотивації, що опосередковує зв'язок між зовнішньополітичними стратегіями держави та внутрішньополітичними електоральними процесами.

Необхідно підкреслити, що політичний імідж держави становить складну багатовимірну систему репрезентації особливостей та державних характеристик у глобальному соціально-політичному просторі. Формування міжнародного іміджу держави відбувається через комплексну взаємодію внутрішньополітичних та зовнішньополітичних чинників (міжнародний авторитет держави, її геополітичне становище та стратегічні партнерства), що безпосередньо впливають на електоральні настрої населення. Механізми формування міжнародного іміджу держави детермінуються складною системою комунікативних практик, що включають дипломатичні, медійні, інформаційні та соціально-культурні канали впливу. Нормативно-правове забезпечення формування політичного іміджу зокрема нашої держави регламентується низкою законодавчих актів, наприклад, Законом України “Про інформацію” від 02.10.1992 № 2657-ХІІ (2024), який визначає основні принципи інформаційної політики.

Доцільно звернути увагу на те, що інституційні трансформації політичної системи безпосередньо впливають на сприйняття держави на міжнародній арені та електоральні очікування громадян. Комунікативні стратегії формування

позитивного іміджу держави вимагають постійної адаптації до динамічних змін глобального політичного ландшафту.

Теоретичні дослідження політичного іміджу держави презентують багатовекторну модель його формування та впливу на електоральні процеси. Механізми сприйняття міжнародного іміджу включають когнітивні, емоційні та комунікативні компоненти, які опосередковують електоральну поведінку громадян. Зовнішньополітичний імідж держави виступає потужним інструментом легітимізації внутрішньополітичних процесів та електоральних очікувань населення (2016, с. 248). Інформаційно-комунікативні технології сучасності створюють принципово нові можливості для формування та трансформації політичного іміджу держави.

Глобалізаційні процеси детермінують посилення взаємозв'язку між міжнародним іміджем та внутрішньополітичними електоральними трендами (табл 2.1).

Комунікативні стратегії формування позитивного міжнародного іміджу держави включають систему складних інформаційно-психологічних механізмів впливу на суспільну свідомість (2003, с. 88). Соціально-політичні трансформації сучасного глобального простору детермінують необхідність постійної адаптації комунікативних практик формування іміджу держави. Слід підкреслити, що сучасні цифрові технології створюють принципово нові можливості для репрезентації політичного іміджу та впливу на електоральні настрої населення. Наприклад, дослідник К. Челій наголошує на широкому застосуванні на сьогодні НЛП-технологій в рекламних та PR-кампаніях (2020, с.267-268). Інформаційна складова міжнародного іміджу держави набуває дедалі більшого значення в контексті глобальних комунікативних процесів. Інструментарій формування позитивного іміджу держави еволюціонує під впливом технологічних та соціокультурних змін сучасного світу (табл 2.2).

Необхідно підкреслити, що перспективи дослідження впливу міжнародного іміджу держави на електоральні настрої пов'язані з подальшою розробкою теоретико-методологічних засад вивчення соціально-комунікативних

процесів. Наукова парадигма дослідження політичного іміджу потребує постійного переосмислення та адаптації до динамічних змін глобального політичного простору. Міждисциплінарний підхід дозволяє комплексно вивчити механізми впливу міжнародного іміджу на електоральні очікування населення. На мою думку, подальші наукові розвідки мають бути спрямовані на поглиблене вивчення соціально-психологічних та комунікативних аспектів формування політичного іміджу держави. Методологічні інновації сприятимуть більш глибокому розумінню складних взаємозв'язків між міжнародним іміджем та електоральними процесами.

Політичний імідж держави виступає складним соціально-комунікативним феноменом, що формує стратегічні комунікативні практики політичної боротьби. Відповідно до Закону України “Про політичні партії в Україні” від 05.04.2001 № 2365-III (2024), політичні суб'єкти мають право використовувати різноманітні інформаційні інструменти для досягнення електоральних цілей. Трансформація іміджевих стратегій відбувається під впливом комплексу внутрішньополітичних та зовнішньополітичних чинників. Формування іміджевих характеристик держави становить перманентний процес політичної комунікації, спрямований на консолідацію електоральних очікувань.

Інструментарій політичної боротьби з використанням іміджу держави включає складні маніпулятивні технології впливу на суспільну свідомість. Інформаційно-комунікативні канали створюють принципово нові можливості для реалізації іміджевих стратегій політичними акторами. Соціальні мережі та цифрові платформи (Facebook, Instagram, YouTube, Telegram, Twitter (X) тощо) перетворюються на потужні інструменти формування електоральних настроїв через цілеспрямовану іміджеву комунікацію. Політичні суб'єкти розробляють складні комунікативні стратегії, спрямовані на маніпуляцію суспільними очікуваннями та сприйняттям державних інституцій (2018, с.133-135). Електоральні технології дедалі більше залежать від ефективності комунікативних практик формування позитивного іміджу держави (табл 2.3).

Інституційна складова політичного іміджу держави функціонує як комплексний механізм взаємодії формальних і неформальних структур, що забезпечують представництво національних інтересів на міжнародній арені та безпосередньо впливають на електоральні преференції громадян. Дипломатичні інституції, парламентські комітети закордонних справ, спеціалізовані інформаційні агентства та культурні представництва формують багаторівневу комунікативну систему трансляції державних наративів, які інтегруються у свідомість виборців через медіа-канали, публічну дипломатію та стратегічні комунікації. Ефективність цієї інституційної архітектури визначає потенціал конвертації міжнародного авторитету держави в електоральну підтримку правлячих політичних сил. Водночас недостатня координація між інституційними акторами зовнішньополітичної комунікації призводить до фрагментації державного іміджу, що негативно позначається на електоральних настроях та провокує зростання протестного голосування як форми суспільного незадоволення міжнародним становищем країни.

Психологічні аспекти впливу міжнародного іміджу держави на електоральну поведінку громадян розкриваються через феномен “колективної самооцінки”, що формується під впливом глобальних репрезентацій національної ідентичності. Позитивний міжнародний образ країни стимулює зростання національної гордості та соціального оптимізму, що трансформується в електоральну підтримку правлячих політичних сил, які асоціюються з успішною зовнішньою політикою (2020, с.247). Негативні міжнародні репрезентації, навпаки, провокують колективну фрустрацію, підвищення рівня соціальної тривожності та деформацію електоральних очікувань у бік радикалізації політичних преференцій або електоральної апатії. Особливого значення набуває медіа-опосередкування міжнародного іміджу держави, коли інформаційні потоки, що транслують репутаційні характеристики країни, піддаються когнітивній обробці виборцями через призму існуючих стереотипів, упереджень та ідеологічних настанов, формуючи специфічну матрицю електоральної мотивації, яка активується під час виборчих кампаній.

Маніпулятивні технології в контексті використання іміджу країни як інструменту політичної боротьби набувають дедалі витонченіших форм. Інформаційно-психологічний вплив на електоральні настрої передбачає комплексне використання різноманітних комунікативних стратегій. Соціально-психологічні механізми формування політичного іміджу включають когнітивні, емоційні та раціональні компоненти електоральної поведінки. Трансформація інформаційного простору створює нові можливості для політичних маніпуляцій через цілеспрямоване конструювання іміджевих наративів. Технології впливу на суспільну свідомість еволюціонують відповідно до розвитку комунікативних практик та діджиталізації політичної комунікації.

Використання цифрових технологій у формуванні політичного іміджу держави відкриває принципово нові канали політичної боротьби. Соціальні мережі перетворюються на потужний інструмент маніпулятивного впливу на електоральні настрої населення. Алгоритми комунікативних платформ дозволяють здійснювати прецизійний таргетований вплив на різні соціальні групи. Діджиталізація політичної комунікації створює можливості для оперативного моніторингу та корекції електоральних очікувань. Інформаційно-комунікативні технології забезпечують політичним акторам широкий спектр інструментів маніпулятивного впливу (табл 2.4).

Таким чином, теоретичне осмислення використання іміджу країни як інструменту політичної боротьби потребує постійного переосмислення методологічних підходів. Наукова парадигма дослідження політичних комунікацій еволюціонує відповідно до трансформації інформаційного простору. Подальші наукові розвідки мають бути спрямовані на поглиблене вивчення соціально-психологічних та комунікативних аспектів політичної боротьби.

2.2. Використання іміджу країни як інструменту політичної боротьби

Політичний імідж держави перетворюється на потужний інструмент політичної боротьби в умовах глобальної комунікативної конкуренції, де образ країни стає стратегічним ресурсом впливу та маніпуляції електоральними настроями. Трансформація міжнародного іміджу на внутрішньополітичній арені відбувається через цілеспрямоване конструювання наративів, що дозволяють політичним акторам формувати суспільні перцепції та здійснювати контроль над політичним дискурсом.

Використання іміджу країни як інструменту політичної боротьби проявляється у стратегічній експлуатації міжнародних репрезентацій держави для досягнення тактичних електоральних переваг внутрішньополітичними акторами. правлячі політичні сили активно використовують позитивні аспекти міжнародного визнання держави, дипломатичні успіхи та геополітичні досягнення як потужний легітимізуючий ресурс під час виборчих кампаній. Як зазначає дослідник В. Кривошеїн, «з розвитком ЗМІ, політичний імідж стає ефективною технологією легітимації політичної влади, за допомогою якої носій іміджу досягає результатів у досягненні та зміцненні влади» (2010, с.49). Політична еліта цілеспрямовано конструює наративи міжнародної суб'єктності країни через контрольовані інформаційні канали, артикуючи геополітичні переваги, міжнародні інвестиційні проєкти та стратегічні партнерства як безпосередні здобутки власної політичної діяльності. Водночас опозиційні сили застосовують контрнاراتиви міжнародної ізоляції, дипломатичних невдач та геополітичних прорахунків як інструменти делегітимації правлячого режиму, формуючи альтернативну картину міжнародного становища держави, що підриває електоральну підтримку діючої влади та створює потенціал для політичних трансформацій.

Маніпулятивний потенціал використання міжнародного іміджу держави у політичній боротьбі розкривається через складну систему інформаційно-психологічних технологій впливу на електоральну свідомість. Селективна презентація міжнародних оцінок, вибіркове висвітлення зовнішньополітичних подій та цілеспрямована інтерпретація глобальних рейтингів дозволяють політичним суб'єктам сформувати бажану картину міжнародного становища країни. Емоційне забарвлення міжнародних репрезентацій через апеляцію до національної гордості, страху перед зовнішніми загрозами або колективних амбіцій створює потужний мотиваційний імпульс, що актуалізується у виборчих перевагах громадян. Особливу ефективність демонструють діджитал-технології трансляції міжнародних іміджевих характеристик через соціальні мережі, месенджери та таргетовані інформаційні канали, які забезпечують прецизійний вплив на різні сегменти електорату відповідно до їхніх психографічних особливостей та геополітичних орієнтацій (наприклад, міжнародна кампанія “Be Brave Like Ukraine”, запущена у 2022–2023 рр. для трансляції позитивного міжнародного іміджу України як держави, що протистоїть російській агресії), перетворюючи міжнародний імідж держави на гнучкий інструмент інформаційно-психологічного маніпулювання.

Технології маніпулятивного використання іміджу країни в політичній боротьбі включають комплекс комунікативних стратегій, спрямованих на дискредитацію політичних опонентів через зовнішньополітичні репрезентації. Політичні суб'єкти створюють альтернативні наративи щодо міжнародного становища держави, акцентуючи увагу на зовнішньополітичних проблемах, можливих загрозах або потенційних досягненнях. Такі стратегії передбачають селективну інтерпретацію зовнішньополітичних подій, конструювання іміджевих контрастів та формування емоційно забарвлених меседжів, що відчутно впливають на електоральні настрої. Маніпулятивний потенціал політичного іміджу реалізується через механізми диференціації суспільних очікувань та створення штучних політичних поляризацій. Політичні актори часто використовують зовнішньополітичні наративи для легітимації власних

політичних позицій, демонстрації управлінської спроможності та дискредитації конкурентів. Наприклад, наратив “America First”, що використав Д.Трамп у передвиборчій гонці, дозволив йому легітимізувати свою політику як захист «простих американців» від зовнішніх загроз або Б. Нетаньяху - легітимація через наратив зовнішніх загроз з боку Ірану, ХАМАС.

Формування іміджевих стратегій відбувається шляхом конструювання контрастних образів держави: від презентації країни як успішного міжнародного гравця до створення деструктивних сценаріїв зовнішньополітичного розвитку. Слід погодитися з О. Кулебою, що якісна та ефективна іміджева стратегія дозволяє не лише сформувати необхідний позитивний імідж держави - чіткий, позитивно забарвлений і когерентний образ країни, що відповідає її національним інтересам, ціннісним орієнтирам і комунікативним завданням, а і виступає індикатором інформаційної могутності держави, її прозорості та послідовності політичного курсу (2013). Комунікативні практики сучасної політичної боротьби з використанням іміджу країни охоплюють широкий спектр інформаційних технологій, включаючи медійні маніпуляції, цільове формування громадської думки та селективну репрезентацію зовнішньополітичних подій. Політичні суб'єкти здебільшого здійснюють цілеспрямований вплив на суспільну свідомість через створення іміджевих наративів, що апелюють до колективних емоцій, патріотичних почуттів та національної ідентичності.

Інструментарій використання іміджу країни в політичній боротьбі включає диверсифіковані комунікативні стратегії: від класичних медійних технологій до digital-маніпуляцій у соціальних мережах. Політичні актори створюють складні іміджеві конструкції, що дозволяють маніпулювати суспільними настроями, формувати електоральні очікування та здійснювати прихований вплив на політичні преференції. Ефективність таких стратегій безпосередньо залежить від здатності політичних суб'єктів конструювати переконливі наративи, що резонують з колективними уявленнями та емоційними очікуваннями електорату.

Отже, політичний імідж держави виступає складним соціокомунікативним феноменом, який безпосередньо впливає на електоральні процеси та сприйняття

політичної реальності суспільством. Формування та маніпуляція іміджем країни становить основний, головний механізм політичної боротьби, що передбачає системне конструювання позитивного образу держави через різноманітні комунікативні канали. Відповідно до Закону України “Про інформацію” від 02.10.1992 № 2657-ХІІ, інформаційний простір є ключовою платформою для репрезентації державного іміджу (2024) . Політичний імідж країни виступає результатом цілеспрямованої інформаційної діяльності політичних акторів, що має на меті створення привабливого суспільного образу. Означена проблематика набуває особливої актуальності в контексті сучасних трансформаційних процесів українського суспільства. Політичні актори розробляють складні стратегії формування позитивного образу держави, що включають як раціональні, так і емоційні складники комунікативного впливу. Виборчий кодекс України визначає правові межі використання іміджевих технологій у політичній комунікації (2024) . Такі технології спрямовані на створення привабливого образу країни, здатного впливати на електоральні настрої населення. Основними інструментами політичної боротьби через імідж країни виступають медійні комунікації, соціальні мережі та цільові інформаційні кампанії. Соціальні мережі та цифрові платформи (Telegram, Instagram, Facebook та ін.) стають ключовими каналами впливу на електоральні процеси. Політичні суб’єкти використовують складні алгоритми комунікативного впливу, спрямовані на трансформацію сприйняття держави різними соціальними групами. Інформаційні технології надають можливість оперативно створювати та поширювати іміджеві наративи, що впливають на електоральні преференції громадян. Означена стратегія передбачає системне конструювання позитивного образу країни через різноманітні комунікативні канали (табл. 2.5).

Технології маніпулятивного впливу на електоральні процеси через імідж країни включають широкий спектр комунікативних практик. Українські дослідники Т. Мадрига та А. Бриндальський виокремлюють маніпулятивні технології як окремий напрям політичної боротьби та відзначають поширеність їх застосування (2024, с.93). Маніпулятивні практики включають різноманітні

комунікативні техніки: від прямої пропаганди до витончених наративних стратегій (табл 2.6).

Правове регулювання викоистання політичного іміджу демократичних країн здійснюється через низку нормативно-правових актів. Зокрема, Закон України “Про політичні партії в Україні” встановлює основні принципи інформаційної діяльності політичних суб’єктів (2024) . Законодавство визначає чіткі механізми комунікативної взаємодії політичних акторів, регламентує порядок використання інформаційних технологій у політичній боротьбі. Правове поле створює необхідні обмеження для запобігання маніпулятивним практикам та забезпечення прозорості політичної комунікації. Означені нормативні механізми спрямовані на захист електоральних процесів від неправомірного інформаційного впливу.

Міжнародний імідж держави виступає важливим чинником політичної боротьби на внутрішньополітичній арені. Зовнішньополітичний образ країни безпосередньо впливає на електоральні процеси та сприйняття політичної еліти. Політичні актори активно використовують міжнародний контекст для легітимації власних політичних позицій. Формування позитивного зовнішньополітичного іміджу перетворюється на стратегічний напрям державної інформаційної політики. Означена практика передбачає системну роботу з міжнародними комунікативними каналами та формування привабливого образу держави на міжнародній арені.

Як було зазначено вище, цифрові технології суттєво трансформують механізми формування політичного іміджу держави. Сучасні соціальні мережі перетворюються на потужний інструмент політичної комунікації. Алгоритми соціальних платформ дозволяють здійснювати таргетований вплив на різні соціальні групи, формуючи специфічні інформаційні середовища. Політичні актори отримують принципово нові можливості для маніпуляції суспільною думкою через цифрові комунікативні канали. Діджиталізація політичної комунікації призводить до появи нових форм іміджевого конструювання, заснованих на Big Data та ШІ.

Психологічні механізми впливу політичного іміджу країни базуються на складних комунікативних стратегіях. Західні дослідники К. Юнг (2013), М. Маклюен (2019), виокремлюють архетипові та емоційні складники формування іміджевих конструктів. Колективне несвідоме виступає потужним резервуаром для створення привабливих політичних образів, здатних впливати на електоральні преференції. Емоційний компонент політичного іміджу держави передбачає активізацію глибинних психологічних механізмів сприйняття соціальної реальності. Означена стратегія дозволяє здійснювати латентний вплив на електоральні настрої населення. Таким чином, можна стверджувати що маніпулятивні технології стають потужним інструментом політичної боротьби в умовах інформаційного суспільства.

Нормативно-правове забезпечення інформаційної політики держави створює інституційні механізми регулювання політичної комунікації. Постанова Кабінету Міністрів України “Про забезпечення національної інформаційної політики” від 10.01.2024 № 22 визначає стратегічні напрями інформаційної діяльності (2024). Законодавство встановлює чіткі механізми протидії маніпулятивним технологіям та забезпечення прозорості політичної комунікації. Означені нормативні акти спрямовані на захист інформаційного простору держави від зовнішніх та внутрішніх деструктивних впливів. Правове регулювання виступає важливим інструментом забезпечення інформаційної безпеки держави.

Електоральні технології формування іміджу країни передбачають системне використання комунікативних практик. Західні дослідники Дж. Гербнер, М. Сіферт, Дж. Фішер (2018) виокремлюють нові та традиційні виборчі технології, що впливають на сприйняття держави. Означені технології включають медійні, соціально-психологічні та інформаційні складники політичної комунікації. Сучасні виборчі технології перетворюються на потужний інструмент маніпуляції суспільною свідомістю.

Соціокультурні виміри політичного іміджу країни формуються через складні комунікативні механізми. Культурні та ментальні особливості

виступають важливим чинником сприйняття держави різними соціальними групами. Політичні актори сьогодні активно використовують соціокультурні наративи для створення привабливого образу країни. Означена стратегія передбачає актуалізацію глибинних культурних кодів та колективної пам'яті. Можна припустити, що соціокультурний вимір політичного іміджу держави виступає потужним інструментом політичної боротьби.

Трансформація політичного іміджу країни відбувається під впливом складних соціально-комунікативних процесів. Українські дослідники А.Морозов та Н. Шуст зазначають, що інформаційне суспільство створює принципово нові можливості для маніпуляції політичними образами (2022, с. 26-38). Трансформація політичного іміджу країни перетворюється на безперервний динамічний процес. Механізми легітимації політичного іміджу держави передбачають поєднання інституційних, соціокультурних та психологічних складників політичної комунікації. Таким чином, легітимація політичного іміджу держави виступає безперервним процесом конструювання привабливих суспільних наративів політичними суб'єктами, які активно використовують різноманітні комунікативні канали для впливу на електоральні преференції.

Висновком до проведеного дослідження виступає теза про комплексний характер використання політичного іміджу країни як інструменту політичної боротьби. Означений феномен являє собою складну соціокомунікативну систему, що включає інституційні, психологічні та інформаційні складники. Політичні актори розробляють витончені стратегії маніпулятивного впливу на електоральні процеси через формування специфічних іміджевих конструктів. Подальші наукові розвідки вимагають поглибленого вивчення трансформаційних процесів політичної комунікації в умовах інформаційного суспільства.

2.3. Особливості трансформації політичного іміджу держави в період виборчих кампаній

Трансформація політичного іміджу держави в електоральний період постає складним соціально-комунікативним процесом, що характеризується динамічними змінами в репрезентації країни на внутрішньополітичній та міжнародній арені. Виборча кампанія створює унікальний комунікативний простір, у якому політичні актори здійснюють цілеспрямовану реконструкцію іміджевих наративів, актуалізуючи різні аспекти державної презентації залежно від поточних електоральних стратегій та суспільних очікувань.

Період виборчих кампаній зумовлює особливу інтенсифікацію процесів трансформації політичного іміджу держави, коли стратегічні наративи міжнародної суб'єктності країни піддаються цілеспрямованій реконфігурації відповідно до електоральних завдань політичних акторів. Передвиборчий контекст радикально змінює темпоральну динаміку іміджевих процесів, стискаючи часові рамки формування міжнародних репрезентацій та прискорюючи адаптацію іміджевих характеристик до мінливих електоральних очікувань. Політичні суб'єкти виборчих перегонів актуалізують різні компоненти міжнародного іміджу країни – від геополітичного позиціонування та дипломатичних здобутків до економічної репутації та культурної привабливості – відповідно до власних ідеологічних позицій та стратегічних завдань електоральної мобілізації. Колективна свідомість електорату стає ареною конкуренції між альтернативними версіями міжнародного іміджу держави, коли різні візії зовнішньополітичних перспектив країни артикулюються через медійні канали, публічні дебати та передвиборчі програми, формуючи багатовимірну комунікативну матрицю, в якій кристалізуються електоральні преференції громадян.

Інформаційно-комунікативна специфіка трансформації політичного іміджу держави в період виборчих кампаній характеризується посиленням дихотомії внутрішньополітичних та зовнішньополітичних репрезентацій національної ідентичності. Політичний дискурс виборчих перегонів створює особливий комунікативний простір, в якому міжнародний імідж країни артикулюється через призму конкуруючих партійних наративів та ідеологічних

конструктів. Діалектична взаємодія між об'єктивними параметрами міжнародного становища держави та їхніми суб'єктивними інтерпретаціями в електоральному контексті формує специфічну риторичну модальність політичної комунікації, коли геополітичні досягнення або прорахунки країни стають предметом політичних маніпуляцій та інформаційних спекуляцій. Медійна гіперболізація окремих компонентів міжнародного іміджу, селективне висвітлення зовнішньополітичних подій та спрощення складних геополітичних процесів для підвищення їхньої електоральної інструментальності становлять типові комунікативні практики передвиборчого періоду. Водночас глобалізація інформаційного простору та діджиталізація політичної комунікації створюють принципово нові технологічні можливості для трансформації політичного іміджу держави через алгоритмізований таргетинг, персоналізовані інформаційні стратегії та прецизійний психографічний вплив на різні сегменти електорату.

Механізми трансформації політичного іміджу в період виборчих кампаній включають комплексну модифікацію комунікативних стратегій, спрямованих на переформатування сприйняття держави через призму електоральних очікувань. Політичні суб'єкти здійснюють цілеспрямовану реінтерпретацію зовнішньополітичних подій, конструюють нові наративи національної ідентичності та геополітичного позиціонування, що дозволяє маніпулювати суспільними настроями та формувати електоральні преференції. Трансформація іміджу відбувається через селективну актуалізацію державних досягнень, презентацію стратегічних перспектив розвитку та конструювання привабливих національних наративів.

Комунікативні технології трансформації політичного іміджу в електоральний період базуються на системній роботі з інформаційними потоками та маніпулятивними стратегіями. Політичні актори використовують широкий інструментарій іміджевих маніпуляцій: від традиційних медійних технологій до складних digital-комунікацій у соціальних мережах. Ключовою стратегією постає створення емоційно насичених наративів, що апелюють до

колективних очікувань, патріотичних почуттів та уявлень про національну ідентичність. Трансформація іміджу держави відбувається через конструювання контрастних образів: від презентації країни як успішного глобального гравця до акцентуації на потенційних загрозах та необхідності внутрішньополітичних змін.

Психологічний вимір трансформації політичного іміджу в період виборчих кампаній пов'язаний з формуванням колективних уявлень про стратегічний потенціал держави. Політичні агенти здійснюють цілеспрямований вплив на електоральну свідомість через маніпуляцію зовнішньополітичними наративами, презентацію геополітичних очікувань та конструювання міфів про міжнародне позиціонування країни. Трансформація іміджу передбачає активізацію комунікативних механізмів, спрямованих на підвищення електоральної мотивації, формування патріотичних настроїв та легітимацію політичних очікувань громадян.

Інструментарій трансформації політичного іміджу держави в електоральний період охоплює комплекс комунікативних практик, що дозволяють здійснювати цілеспрямований вплив на суспільну свідомість. Політичні актори створюють складні іміджеві конструкції, які резонують з колективними уявленнями та емоційними очікуваннями електорату. Ефективність іміджевої трансформації безпосередньо залежить від здатності політичних суб'єктів конструювати переконливі наративи, що актуалізують потенційні очікування виборців, демонструють стратегічний потенціал держави та формують позитивні перспективи її розвитку. Трансформація політичного іміджу держави в контексті виборчих кампаній становить складний багатовимірний процес, що відображає динамічні зміни суспільно-політичних комунікацій. Політичний імідж виступає інтегральною характеристикою сприйняття держави різними соціальними групами та міжнародними акторами. Формування такого іміджу відбувається через систему взаємопов'язаних комунікативних каналів, серед яких особливе місце посідають електоральні процеси. Наукові дослідження підтверджують багат шаровість та

контекстуальність політичного іміджу держави. Трансформаційні процеси політичного іміджу безпосередньо пов'язані з електоральними очікуваннями та суспільними настроями.

Конституція України та виборче законодавство створюють нормативно-правове підґрунтя для розуміння механізмів формування політичного іміджу держави. Зокрема, Закон України “Про інформацію” визначає інформаційні засади комунікативних процесів (2024) . Трансформація політичного іміджу відбувається через складну взаємодію внутрішньополітичних та зовнішньополітичних чинників. Особливої актуальності набувають комунікативні стратегії політичних суб'єктів, спрямовані на формування позитивного сприйняття державних інституцій. Електоральний цикл створює унікальні умови для репрезентації державою власних характеристик та потенціалу (табл 2.7).

Цифрові технології радикально трансформують механізми формування політичного іміджу держави. Ukrainian Information Policy Regulation, затверджена Постановою Кабінету Міністрів України, підкреслює значущість інформаційних технологій у політико-комунікативному просторі (2024) . Діджиталізація виборчих процесів зумовлює появу нових форм політичної репрезентації та комунікації. Трансформація політичного іміджу держави відбувається через складну взаємодію традиційних та інноваційних комунікативних каналів (табл 2.8).

Політичні еліти відіграють визначальну роль у трансформації іміджу держави під час виборчих кампаній. Лідери формують комунікативні стратегії, що безпосередньо впливають на сприйняття держави різними соціальними групами. На думку української дослідниці А. Метельської, невербальні комунікації набувають особливого значення у процесах іміджотворення(2017. Електоральні технології стають дедалі більш складними та диференційованими, включаючи психологічні та соціологічні механізми впливу.

Трансформація політичного іміджу держави відбувається через постійну взаємодію внутрішніх та зовнішніх політичних акторів. Маніпулятивні

технології становлять значний виклик для справедливості виборчого процесу. Механізми формування іміджу включають стратегічні комунікації, інформаційні кампанії та репутаційний менеджмент. Політико-комунікативний простір України характеризується високою динамічністю та складністю взаємодії між політичними гравцями. Особливості трансформації політичного іміджу держави залежать від багатьох чинників: історичного контексту, геополітичної ситуації, внутрішньополітичних процесів. Електоральні цикли створюють унікальні можливості для перегляду та оновлення державного іміджу. Політичні комунікації набувають дедалі більш складних та багатосарових форм (2010, с.45-46).

Трансформація політичного іміджу держави відбувається через постійну еволюцію комунікативних практик та електоральних технологій. Слід відзначити, що інформаційна відкритість стає ключовим чинником формування позитивного іміджу держави. Комунікативні стратегії трансформації політичного іміджу держави набувають особливої складності в умовах інформаційного суспільства. На думку В.Чекалюка, інформаційно-аналітична діяльність державних інституцій стає ключовим інструментом формування позитивного іміджу (2015) . Електоральні процеси створюють унікальний простір для репрезентації державою власних стратегічних пріоритетів. Наукові дослідження підтверджують взаємозв'язок між комунікативними практиками та сприйняттям держави різними соціальними групами. Трансформація політичного іміджу відбувається через складну систему інформаційних обмінів та комунікативних взаємодій. Нормативно-правове забезпечення виборчого процесу створює інституційні механізми трансформації політичного іміджу держави. Виборчий кодекс України визначає базові принципи електоральних комунікацій (2023).

Міжнародний контекст трансформації політичного іміджу держави вимагає особливої уваги до геополітичних чинників. Зовнішньополітична репутація безпосередньо впливає на електоральні настрої та сприйняття держави. Дипломатичні комунікації становлять важливий складник

іміджетворення. Україна перебуває в складному геополітичному контексті, що зумовлює специфіку формування міжнародного іміджу. Трансформація політичного іміджу держави відбувається через постійну адаптацію до глобальних викликів.

В сучасних умовах інформаційна безпека стає критично важливим чинником трансформації політичного іміджу держави. Стратегії протидії інформаційним загрозам набувають дедалі більшого значення в сучасному політико-комунікативному просторі (2024, с.91). Державні інституції розробляють комплексні механізми захисту інформаційного простору. Трансформація політичного іміджу потребує постійного вдосконалення систем інформаційної безпеки.

Соціокультурні виміри трансформації політичного іміджу держави включають аналіз колективних очікувань та настроїв. Електоральна культура становить важливий чинник формування іміджу держави. Традиційні та інноваційні комунікативні практики перебувають у складній взаємодії. Суспільні трансформації безпосередньо впливають на механізми політичної репрезентації. Як зазначає А. Хамаршех, трансформація політичного іміджу відбувається через постійну еволюцію соціокультурних комунікацій (2021) .

Технологічні інновації радикально змінюють механізми формування політичного іміджу держави. Наразі, штучний інтелект та Big Data створюють нові можливості для політичної аналітики та прогнозування. Цифрові платформи стають ключовим інструментом сучасних електоральних комунікацій. Трансформація політичного іміджу потребує постійного технологічного оновлення.

Правові механізми трансформації політичного іміджу держави також потребують постійного вдосконалення. Законодавство України про інформацію та вибори створює нормативне підґрунтя для комунікативних процесів. Регуляторні механізми спрямовані на забезпечення прозорості та чесності електоральних процесів. Це свідчить про те, що трансформація політичного

іміджу відбувається через складну взаємодію правових та комунікативних практик. Держава постійно адаптує нормативну базу до сучасних викликів.

Наукове осмислення трансформації політичного іміджу держави вимагає комплексного міждисциплінарного підходу. Політологія, соціологія, психологія та комунікативістика створюють теоретичне підґрунтя для дослідження іміджетворення. Трансформаційні процеси політичного іміджу мають складну, багатовимірну природу. Кожен електоральний цикл створює унікальні можливості для переосмислення державної репрезентації. Інституційні, комунікативні та перцептивні виміри створюють складну систему іміджетворення. Цифрові технології та соціальні комунікації радикально змінюють традиційні механізми політичної репрезентації. Подальші наукові розвідки потребують поглибленого вивчення комунікативних механізмів політичного іміджу та впливу інформаційних технологій на електоральні процеси.

Висновок до 2 розділу

Політичний імідж держави становить складну та багатогранну систему комунікативних взаємозв'язків, які формують сприйняття країни на внутрішньому та міжнародному рівнях. У контексті виборчого процесу політичний імідж перетворюється на потужний інструмент впливу, що здатен кардинально змінювати електоральні настрої та визначати стратегічні траєкторії політичного розвитку. Він виступає свого роду семіотичною конструкцією, яка інтегрує в собі історичні, соціокультурні, економічні та геополітичні характеристики держави.

Трансформація політичного іміджу в період виборчих кампаній відбувається через складні механізми комунікативного впливу, де кожен політичний актор прагне презентувати найбільш привабливу версію національної ідентичності. Цей процес включає не лише маніпулятивні технології, але й глибинні процеси переосмислення національних цінностей,

формування колективної свідомості та артикуляції суспільних очікувань. Імідж країни перетворюється на динамічну модель, здатну адаптуватися до мінливих політичних контекстів та електоральних запитів.

Особливого значення набуває міжнародний вимір політичного іміджу, який безпосередньо впливає на внутрішньополітичні процеси та електоральні переваги громадян. Зовнішньополітична репутація держави створює додаткові смислові конструкції, що формують довіру виборців, легітимізують політичні інститути та визначають стратегічні перспективи розвитку суспільства. Політичний імідж виступає свого роду комунікативним посередником між владою, суспільством та міжнародною спільнотою.

Використання іміджу як інструменту політичної боротьби демонструє надзвичайно складну систему маніпулятивних технологій, де кожен політичний суб'єкт прагне презентувати найбільш привабливу версію національної ідентичності. Цей процес включає стратегічні комунікації, медійні технології, символічні репрезентації та глибинні психологічні механізми впливу на масову свідомість. Політичний імідж перетворюється на потужний ресурс геополітичної конкуренції, де образ держави стає не лише інформаційним конструктом, але й реальним інструментом досягнення політичних цілей.

Таким чином, політичний імідж країни являє собою складну соціокомунікативну систему, що постійно еволюціонує, адаптується та трансформується під впливом внутрішніх та зовнішніх чинників. Він виступає не просто статичною характеристикою держави, а динамічним процесом безперервного переосмислення національної ідентичності, політико-комунікативної стратегії та суспільних очікувань. Його вплив на виборчий процес є багатовимірним та багаторівневим, що вимагає подальшої наукової рефлексії.

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ОПТИМІЗАЦІЇ ПОЛІТИЧНОГО ІМІДЖУ ТА ЙОГО ЕФЕКТИВНЕ ВИКОРИСТАННЯ У ВИБОРЧОМУ ПРОЦЕСІ

3.1. Стратегії формування позитивного політичного іміджу країни

Формування позитивного політичного іміджу країни являє собою складну системну діяльність, що передбачає комплексний підхід до конструювання міжнародної репутації держави через взаємопов'язані стратегічні напрямки. Оптимізація політичного іміджу потребує розроблення цілісної концепції державної комунікативної політики, яка охоплює різноманітні канали впливу та врахування внутрішніх і зовнішніх чинників формування суспільної перцепції.

До основних стратегій формування позитивного політичного іміджу країни, на мою думку, слід віднести: комунікативні стратегії, інформаційні кампанії, міжкультурний діалог.

Комунікативні стратегії оптимізації політичного іміджу включають системну роботу з інформаційними потоками та цільовими аудиторіями. Ключовим напрямком постає розроблення послідовної іміджевої стратегії, що передбачає створення унікальних наративів про державу, її культурний потенціал, історичні досягнення та перспективи розвитку. Такі наративи мають бути емоційно насиченими, переконливими та здатними резонувати з колективними уявленнями різних соціальних груп, формуючи позитивний образ країни на міжнародній арені.

Стратегічні напрямки оптимізації політичного іміджу охоплюють декілька взаємопов'язаних площин комунікативного впливу. По-перше, це розвиток інституційної комунікації через модернізацію дипломатичних практик, впровадження інноваційних форм міжнародної взаємодії та підвищення ефективності зовнішньополітичних комунікацій. По-друге, активне використання digital-технологій, соціальних медіа та інформаційних платформ для просування позитивного образу держави. По-третє, розширення культурної дипломатії через міжнародні мистецькі проекти, наукові обміни та освітні програми, що дозволяють презентувати унікальність національної ідеї.

Інструментарій оптимізації політичного іміджу передбачає комплексне використання м'яких комунікативних технологій впливу. Важливого значення набувають іміджеві стратегії, спрямовані на формування позитивних асоціацій через презентацію культурних досягнень, інтелектуального потенціалу та гуманістичних цінностей держави. Політичні актори мають створювати багатосарові комунікативні продукти, що включають раціональні та емоційні складові сприйняття країни, демонструючи її унікальність та потенціал на міжнародній арені.

Ефективність оптимізації політичного іміджу безпосередньо залежить від здатності держави створювати послідовні, переконливі та емоційно насичені комунікативні стратегії. Системний підхід до формування іміджу країни передбачає постійний моніторинг міжнародних комунікативних процесів, гнучку адаптацію іміджевих стратегій до змінних геополітичних умов та врахування культурно-психологічних особливостей цільових аудиторій. Кінцевою метою оптимізації політичного іміджу постає створення стійкого позитивного образу держави, що відображає її реальний потенціал та стратегічні перспективи розвитку.

Інституційне забезпечення формування політичного іміджу держави передбачає розроблення комплексної системи комунікативних технологій. Державні інституції мають бути спроможними створювати та підтримувати несуперечливий наратив щодо політичного позиціонування країни. Комунікативні канали повинні охоплювати різноманітні інформаційні платформи, включаючи традиційні та цифрові медіа. Важливим є застосування стратегічних комунікацій, що дозволяють формувати цілісне сприйняття держави на міжнародній арені. Синхронізація інформаційних потоків забезпечує когерентність політичного іміджу.

Теоретична концептуалізація політичного іміджу передбачає розгляд його як багаторівневої соціально-комунікативної системи. Структурними компонентами іміджу виступають когнітивні, емоційні та поведінкові складові, що формують цілісне уявлення про державу. Методологія дослідження іміджу

включає системний, структурно-функціональний та компаративний підходи. Наукова парадигма вивчення політичного іміджу ґрунтується на міждисциплінарному синтезі політологічних, соціологічних та психологічних концепцій. Дослідження передбачає комплексний аналіз внутрішніх та зовнішніх чинників іміджеформування (табл. 3.1).

Стратегічне планування іміджевої політики потребує врахування глобальних та локальних трансформаційних процесів. Розроблення стратегії формування політичного іміджу передбачає діагностику поточного стану та прогнозування перспективних напрямків розвитку. Важливим є запровадження випереджальних комунікативних моделей, здатних адаптуватися до динамічних змін міжнародного середовища. Інструментарій іміджеформування включає комплекс інформаційно-комунікативних технологій, спрямованих на створення позитивного образу держави. Систематичний моніторинг та коригування стратегії забезпечують її гнучкість та ефективність (табл. 3.2).

Діджиталізація комунікативного простору зумовлює трансформацію традиційних механізмів формування політичного іміджу. В сучасних умовах цифрові технології надають принципово нові можливості для репрезентації держави на міжнародній арені. Соціальні мережі та онлайн-платформи - Twitter (X), Facebook, Instagram, YouTube, LinkedIn, Telegram, TikTok, Reddit Clubhouse стають ключовими каналами комунікації, що дозволяють оперативно формувати та корегувати політичний імідж. Саме через них держави, урядовці та офіційні інституції можуть безпосередньо досить швидко і масово взаємодіяти з міжнародною та внутрішньою аудиторією, впливаючи на формування політичного іміджу країни. Важливим є розроблення комплексної стратегії цифрової дипломатії, яка враховує особливості сучасного інформаційного середовища. Впровадження інноваційних комунікативних інструментів значно підвищує ефективність іміджевої політики держави.

Слід зазначити, що інформаційна безпека виступає критичним елементом формування позитивного політичного іміджу держави. Розроблення комплексної системи захисту інформаційного простору передбачає

впровадження випереджальних механізмів протидії деструктивним інформаційним впливам. Стратегія інформаційної безпеки повинна включати як технологічні, так і комунікативні інструменти протидії маніпулятивним технологіям. Важливим є створення інституційних механізмів моніторингу та нейтралізації інформаційних загроз.

Міжнародна комунікативна стратегія передбачає формування багаторівневої системи міждержавної взаємодії. Дипломатичні канали комунікації мають бути доповнені інституційними механізмами культурного та наукового обміну. Важливим є розвиток м'якої сили держави, що ґрунтується на демонстрації культурного потенціалу та гуманістичних цінностей. Стратегія міжнародної комунікації повинна бути спрямована на формування позитивного сприйняття держави через різноманітні канали комунікації офіційні дипломатичні платформи. Послідовність та несуперечливість комунікативних повідомлень має забезпечувати цілісність політичного іміджу.

Звертають увагу і психологічні механізми формування політичного іміджу, що потребують глибокого наукового аналізу. Емоційно-когнітивні складові сприйняття держави, що визначають, як саме люди сприймають державу: з довірою, симпатією, страхом чи скепсисом, окреслюють ефективність іміджевих стратегій. Важливим є врахування культурно-психологічних особливостей цільових аудиторій при розробленні комунікативних моделей. Психологічний інструментарій включає методи формування позитивних асоціацій та створення емоційно привабливого образу держави. Міждисциплінарний підхід дозволяє розкрити складні механізми сприйняття політичного іміджу.

Інституційна трансформація системи державного управління безпосередньо впливає на формування політичного іміджу. Модернізація державних інституцій передбачає впровадження прозорих та ефективних механізмів комунікації з громадськістю. На мою думку, важливим є забезпечення відкритості та підзвітності державних органів, що сприяє формуванню позитивного сприйняття держави. Інституційні реформи мають бути спрямовані на підвищення ефективності державного управління та

забезпечення високих стандартів публічної комунікації. Системний підхід до інституційних перетворень становить основу ефективної іміджевої стратегії.

Неабияку роль відіграє культурна дипломатія, що виступає потужним інструментом формування позитивного політичного іміджу держави. Репрезентація культурного потенціалу країни через міжнародні культурні проекти, мистецькі обміни та гуманітарні ініціативи дозволяє створити позитивний образ держави. Важливим є демонстрація культурного розмаїття та унікальності національної культури. Стратегія культурної дипломатії повинна бути спрямована на формування позитивних асоціацій та подолання стереотипних уявлень про державу (2024, с.64). Послідовна реалізація культурних комунікативних проектів забезпечує тривалий позитивний ефект

Комунікативні технології політичного іміджування потребують постійного вдосконалення та адаптації до змінних умов міжнародного середовища. Розроблення ефективної стратегії формування політичного іміджу передбачає комплексний підхід, що поєднує інституційні, комунікативні та психологічні механізми. Важливим є забезпечення синхронізації різноманітних комунікативних каналів та створення цілісного наративу про державу. Стратегія політичного іміджування має бути гнучкою, здатною оперативно реагувати на зміни в інформаційному просторі. Систематичний моніторинг та наукова експертиза забезпечують ефективність іміджевої політики.

З огляду на вищевикладене, слід зазначити, що формування позитивного політичного іміджу країни являє собою складний, багатовекторний процес, що потребує системного підходу та комплексної стратегії. Ключовими детермінантами успішного іміджеформування виступають інституційні механізми, комунікативні технології, цифрові інструменти та культурна дипломатія. Стратегія політичного іміджування має бути гнучкою, здатною оперативно реагувати на зміни в інформаційному просторі, забезпечувати цілісність та несуперечливість комунікативних повідомлень. Важливим є врахування психологічних, соціокультурних та глобально-політичних чинників, що впливають на сприйняття держави міжнародною спільнотою. Ефективність

іміджевої політики визначається її спроможністю створювати позитивні асоціації, долати стереотипи та репрезентувати унікальний потенціал країни на міжнародній арені.

3.2. Механізми адаптації міжнародного іміджу до внутрішньополітичних процесів

Адаптація міжнародного іміджу країни до внутрішньополітичних процесів постає складним соціально-комунікативним феноменом, що відображає динамічну взаємодію зовнішньополітичних репрезентацій та внутрішньодержавних трансформацій. Цей процес являє собою безперервний діалог між зовнішніми іміджевими стратегіями та внутрішніми політичними реаліями, де кожен елемент політичної системи виступає чинником формування цілісного образу держави.

Комунікативні механізми адаптації міжнародного іміджу включають системну реінтерпретацію зовнішньополітичних наративів відповідно до внутрішньополітичної динаміки. Політичні актори здійснюють цілеспрямовану трансформацію іміджевих стратегій через селективну актуалізацію державних досягнень, презентацію внутрішньополітичних реформ та конструювання привабливих національних наративів. Ключовим аспектом адаптації постає здатність держави створювати когерентні комунікативні стратегії, що синхронізують зовнішні іміджеві репрезентації з внутрішніми суспільно-політичними процесами.

Психологічний вимір адаптації міжнародного іміджу розкривається через механізми формування колективних уявлень про державну суб'єктність та стратегічний потенціал країни. Внутрішньополітичні трансформації безпосередньо впливають на зовнішньополітичні комунікації, створюючи нові контексти сприйняття держави. Політичні актори здійснюють цілеспрямований вплив на суспільну свідомість через конструювання іміджевих наративів, що

поєднують внутрішньополітичні очікування та міжнародні репрезентації, формуючи цілісний образ країни в глобальному комунікативному просторі.

Технологічний інструментарій адаптації міжнародного іміджу охоплює комплекс комунікативних практик, що дозволяють здійснювати гнучку трансформацію зовнішньополітичних репрезентацій. Держава використовує широкий спектр адаптаційних механізмів: від традиційних дипломатичних комунікацій до складних digital-стратегій у соціальних мережах. Ключовим напрямком постає створення емоційно насичених наративів, що резонують з внутрішньополітичними очікуваннями та міжнародними перспективами розвитку країни.

Інтеграційні механізми адаптації міжнародного іміджу передбачають системну роботу з узгодження зовнішніх та внутрішніх комунікативних стратегій. Політичні актори створюють складні іміджеві конструкції, що забезпечують когерентність внутрішньополітичних процесів та міжнародних репрезентацій держави. Ефективність адаптації безпосередньо залежить від здатності країни формувати такі переконливі наративи, які демонструють внутрішню єдність, стратегічний потенціал та міжнародну суб'єктність, створюючи цілісний образ держави в глобальному комунікативному просторі. Як приклад, можна привести Польщу, що створила когерентний комунікаційний наратив, у якому вдало поєднуються історична пам'ять, стратегічні інтереси й емоційне позиціонування. Це значно підвищило її іміджеву стійкість у глобальному медіа-просторі.

Дослідження механізмів адаптації міжнародного іміджу держави до внутрішньополітичних процесів постає фундаментальним напрямком сучасних політологічних розвідок. Трансформація геополітичного простору та динамічні зміни комунікативних парадигм зумовлюють необхідність комплексного переосмислення стратегій формування національного іміджу.

Конституційно-правове забезпечення формування міжнародного іміджу держави визначається низкою нормативно-правових актів, зокрема в Україні Законом “Про інформацію” від 02.10.1992 № 2657-XII (2024) .

Внутрішньополітичні механізми адаптації міжнародного іміджу передбачають комплексну систему комунікативних стратегій та інформаційно-комунікативних технологій. Інституційні трансформації детермінують необхідність перманентного коригування іміджевих стратегій відповідно до актуальних суспільно-політичних викликів. Державні комунікативні інституції розробляють диференційовані підходи до презентації національних інтересів на міжнародній арені. Пріоритетним напрямком адаптації міжнародного іміджу є забезпечення інформаційної безпеки та формування позитивного іміджевого контенту (табл. 3.3). Інформаційно-комунікативні технології відіграють визначальну роль у процесах адаптації міжнародного іміджу держави. Соціальні мережі та цифрові платформи трансформують традиційні канали політичної комунікації, створюючи нові можливості для репрезентації національних інтересів. Діджиталізація комунікативного простору зумовлює необхідність розроблення інноваційних стратегій іміджування з урахуванням сучасних інформаційних трендів. Моніторинг та аналіз міжнародних інформаційних потоків становить важливий елемент адаптаційних механізмів. Комплексний підхід до формування іміджевої стратегії передбачає врахування мультимедійного контексту та глобальних комунікативних тенденцій (табл. 3.4).

Внутрішньополітичні процеси детермінують характер міжнародного іміджу держави через складну систему взаємозв'язків та взаємовпливів. Як зазначає Ю. Остапець, електоральні цикли, зміна політичних еліт, трансформація суспільних настроїв безпосередньо впливають на формування зовнішньополітичного іміджу (2016, с. 400 - 411). Політичне лідерство постає ключовим чинником комунікативної адаптації та репрезентації національних інтересів на міжнародній арені. Персональні характеристики політичних лідерів набувають статусу важливого іміджевого ресурсу держави. Комунікативна спроможність політичних акторів визначає ефективність міжнародної комунікації та сприйняття держави на глобальному рівні. Як приклад можна навести Урсулу фон дер Ляєн, Президента Європейської комісії, яка завдяки своїй чіткій, впевненій та послідовній комунікації змогла зміцнити імідж Європейського

Союзу на міжнародній арені. Її публічні виступи, активна участь у глобальних форумах і здатність до дипломатичного діалогу сприяють формуванню позитивного сприйняття ЄС як потужного та відповідального політичного актора.

Процеси адаптації міжнародного іміджу до внутрішньополітичних реалій характеризуються перманентною динамікою та необхідністю системного оновлення комунікативних стратегій. Геополітичні трансформації, зміна міжнародного контексту, внутрішньополітичні реформи зумовлюють потребу в гнучких механізмах іміджевої адаптації.

Наукова рефлексія щодо еволюції іміджевих стратегій потребує комплексного міждисциплінарного підходу. Дослідження механізмів адаптації передбачає врахування соціально-психологічних, культурних та комунікативних чинників. Формування ефективної іміджевої стратегії вимагає синтезу теоретичних напрацювань та практичного інструментарію комунікативного менеджменту.

Методологічна концепція дослідження механізмів адаптації міжнародного іміджу держави формується на підставі комплексного системного підходу, який інтегрує міждисциплінарні наукові парадигми. Теоретико-методологічний фундамент дослідження складається з діалектичного, структурно-функціонального та порівняльного методів наукового пізнання. Епістемологічні засади дослідження ґрунтуються на принципах об'єктивності, всебічності та комплексності наукового аналізу. Методологічний інструментарій передбачає поєднання кількісних та якісних дослідницьких стратегій.

Концептуальна модель дослідження включає декілька взаємопов'язаних методологічних рівнів. Перший рівень передбачає теоретико-методологічний аналіз наукових джерел та базових концептів дослідження. Другий рівень спрямований на емпіричне вивчення комунікативних практик та іміджевих стратегій. Третій рівень охоплює компаративний аналіз міжнародного іміджу держав у різних геополітичних контекстах. Методологічна стратегія базується на

принципі холістичного підходу до вивчення складних соціально-політичних систем.

Методи дослідження включають:

- 1) Інституційний аналіз комунікативних механізмів державних інституцій
- 2) Дискурс-аналіз офіційних комунікативних наративів
- 3) Компаративістський метод порівняння іміджевих стратегій
- 4) Івент-аналіз політичних комунікацій
- 5) Контент-аналіз медійних репрезентацій

Інформаційно-джерельна база дослідження формується з урахуванням міждисциплінарного підходу. Первинні джерела включають нормативно-правові акти, офіційні документи державних інституцій, зокрема Закон України "Про забезпечення національної інформаційної політики" (2024) . Вторинні джерела представлені науковими монографіями, фаховими статтями, аналітичними матеріалами вітчизняних та зарубіжних дослідників.

Методологічні принципи дослідження передбачають:

- 1) Системність у вивченні комунікативних процесів
- 2) Об'єктивність оцінки іміджевих трансформацій
- 3) Комплексність аналізу внутрішньополітичних чинників
- 4) Динамічність оцінки іміджевих стратегій
- 5) Верифікованість емпіричних даних

Інструментарій емпіричного дослідження складається з низки взаємодоповнюваних методик. Соціологічні опитування дозволяють вивчити суспільні перцепції міжнародного іміджу держави. Експертне опитування фахівців у сфері політичних комунікацій забезпечує глибинне розуміння іміджевих механізмів. Моніторинг медійного простору надає актуальну аналітичну, релевантну інформацію, щодо ефективності та сприйняття комунікативних стратегій держави. Слід зазначити, що систематичне спостереження за традиційними ЗМІ, соціальними мережами, цифровими платформами дозволяє виявити тенденції, ризики, емоційні реакції аудиторії, а також адаптувати стратегічні меседжі відповідно до контексту

Методологічні обмеження дослідження пов'язані з динамічністю політичних процесів та складністю остаточної верифікації іміджевих трансформацій. Подолання методологічних обмежень забезпечується застосуванням комплексного підходу та використанням мультипарадигмальних дослідницьких стратегій.

Підсумовуючи методологічні засади дослідження, варто наголосити на його міждисциплінарному характері. Інтеграція політологічних, соціологічних, комунікативних методологій дозволяє всебічно дослідити механізми адаптації міжнародного іміджу держави. Методологічний плюралізм забезпечує комплексне розуміння складних соціально-політичних комунікативних процесів.

3.3. Перспективи використання цифрових технологій у формуванні іміджу держави та їх вплив на виборчу активність

Цифрові технології трансформують парадигму формування політичного іміджу держави, створюючи принципово нові комунікативні простори та механізми впливу на електоральні настрої. Діджиталізація політичних комунікацій відкриває широкий спектр інструментів маніпуляції суспільною свідомістю, де соціальні мережі, штучний інтелект та Big Data постають ключовими елементами іміджевих стратегій.

Комунікативний потенціал цифрових технологій у формуванні політичного іміджу держави розкривається через можливості таргетованої комунікації та персоналізованого впливу на різні соціальні групи. Алгоритми комп'ютерного навчання дозволяють здійснювати глибокий аналіз електоральних настроїв, формувати прогностичні моделі електоральної поведінки та конструювати максимально ефективні іміджеві наративи. Штучний інтелект забезпечує миттєву адаптацію комунікативних стратегій під конкретні групи виборців, створюючи ілюзію персоналізованого політичного діалогу.

Технологічний інструментарій сучасної цифрової іміджевої комунікації включає складні механізми впливу на суспільну свідомість через соціальні мережі, месенджери, ШІ та Big data-аналітику. Політичні актори отримують унікальні можливості мікротаргетингу виборців, миттєвої реакції на зміну суспільних настроїв та конструювання багат шарових комунікативних стратегій. Цифрові платформи дозволяють створювати гіперперсоналізовані політичні наративи, що резонують з індивідуальними очікуваннями та психологічними особливостями цільових аудиторій.

Психологічний вимір цифрових технологій у формуванні іміджу держави пов'язаний з можливістю глибокого маніпулятивного впливу на колективну та індивідуальну свідомість. Алгоритми соціальних мереж створюють інформаційні бульбашки, які формують штучні уявлення про політичну реальність, контролюють інформаційні потоки та маніпулюють електоральними очікуваннями. Штучний інтелект здатен генерувати персоналізований контент, який максимально точно відповідає психологічному профілю конкретного виборця, створюючи ефект безпосередньої комунікації з політичним суб'єктом. Наприклад, використання ШІ у передвиборчій кампанії Дональда Трампа у 2016 р. чи використання AI-ботів на місцевих діалектах в Індії.

Стратегічні перспективи використання цифрових технологій у формуванні політичного іміджу держави пов'язані з розвитком інтелектуальних систем комунікативного управління. Майбутні технологічні рішення передбачають формування створення надскладних алгоритмів прогнозування електоральної поведінки, миттєвої адаптації іміджевих стратегій та створення динамічних комунікативних моделей. З цього випливає логічне припущення, що сучасні цифрові технології перетворюються на потужний інструмент конструювання політичної реальності, де межі між маніпуляцією та комунікацією стають дедалі більш розмитими.

Таким чином, трансформація інформаційного простору внаслідок впровадження цифрових технологій спричиняє радикальні зміни у комунікативних стратегіях формування державного іміджу. Сучасні

комунікаційні платформи створюють принципово нові можливості для репрезентації політичного середовища та електоральних процесів. Діджиталізація комунікативних каналів передбачає формування принципово нової парадигми взаємодії між державними інституціями та громадянським суспільством. Цифрові технології забезпечують миттєву трансляцію політичних меседжів та створюють максимально прозорий інформаційний контент. Трансформація комунікативних практик відбувається на тлі глибинних соціально-політичних зрушень (табл. 3.5).

Соціальні мережі перетворюються на потужний інструмент політичної комунікації та формування громадської думки. Платформи Facebook, Twitter та інші забезпечують миттєву комунікацію політичних акторів з електоратом. Алгоритми соціальних мереж створюють унікальні можливості для таргетованої комунікації. Цифрові технології дозволяють здійснювати глибокий аналіз електоральних настроїв та політичних переваг. Штучний інтелект та навчання забезпечують прогнозування електоральної поведінки з високим ступенем точності.

Конституційно-правове регулювання інформаційних процесів визначає основні параметри використання цифрових технологій у політичній комунікації. Закон України “Про інформацію” від 02.10.1992 № 2657-ХІІ створює нормативно-правове підґрунтя для впровадження інноваційних комунікативних стратегій (2024) . Державна інформаційна політика спрямована на створення системи ефективної електронної комунікації між владними інституціями та громадянами. Цифрові платформи забезпечують принципово новий рівень політичної транспарентності. Технологічні механізми комунікації трансформують традиційні моделі електоральної поведінки. Розвиток інформаційного суспільства супроводжується формуванням нових комунікативних стандартів (табл. 3.6).

Методологія дослідження впливу цифрових технологій на формування державного іміджу базується на комплексному міждисциплінарному підході. Теоретико-методологічну основу становлять системний, структурно-

функціональний та порівняльний методи наукового пізнання. Діалектичний метод дозволяє розглядати цифрові комунікативні технології в динаміці їх розвитку та взаємозв'язку. Інституційний метод забезпечує аналіз впливу державних інституцій на процеси цифрової комунікації. Емпіричну базу дослідження складають статистичні дані, результати соціологічних опитувань та моніторингу електоральної активності.

Інформаційно-комунікативні технології створюють принципово нові механізми політичної участі громадян. Розпорядження Кабінету Міністрів України “Про затвердження Стратегії інформаційної реінтеграції” від 15.02.2024 № 89-р визначає стратегічні напрями цифрової трансформації комунікативного простору (2024). Слід зазначити, що цифрові платформи забезпечують горизонтальні комунікативні канали між політичними акторами та електоратом. Водночас, технології штучного інтелекту дозволяють здійснювати глибокий аналіз електоральних настроїв. Це дає підстави стверджувати, що сьогодні соціальні мережі перетворилися на потужний інструмент політичної мобілізації та формування громадської думки.

Варто зауважити також, що маніпулятивні технології в цифровому просторі становлять значну загрозу демократичним процесам. Поширення дезінформації, фейкових новин та пропагандистських меседжів набуває системного характеру. Технологічні платформи створюють умови для мікротаргетингу виборців та маніпулювання електоральними настроями. Це дає підстави стверджувати, що кібербезпека стає критично важливим напрямком забезпечення інформаційного суверенітету держави. Варто погодитися з думкою В. Галіпчака, що протидія інформаційним маніпуляціям потребує комплексного підходу з боку державних інституцій (2013).

Психологічні аспекти впливу цифрових технологій на електоральну поведінку набувають особливої актуальності. Когнітивні механізми сприйняття політичної інформації зазнають трансформації внаслідок тотальної діджиталізації комунікативного простору. Алгоритми соціальних мереж створюють ефект інформаційної бульбашки, що обмежує плюралізм думок,

разом з тим, ШІ здатен прогнозувати електоральні переваги з високим ступенем точності. Психологічні маніпуляції через цифрові канали комунікації становлять значний виклик демократичним інституціям.

Нормативно-правове забезпечення цифрових комунікативних практик потребує постійного вдосконалення. Виборчий кодекс України від 19.12.2019 № 396-ІХ встановлює базові принципи використання цифрових технологій у виборчому процесі (2024). Законодавчі механізми мають адаптуватися до швидкоплинних змін у комунікативному середовищі. Державна політика повинна забезпечувати баланс між технологічними інноваціями та захистом демократичних цінностей. Цифрова трансформація комунікативного простору потребує комплексного нормативно-правового регулювання.

Підсумовуючи, слід наголосити на принципово новій парадигмі політичної комунікації, що формується внаслідок впровадження цифрових технологій. Діджиталізація виборчого процесу створює унікальні можливості для підвищення рівня політичної участі громадян. Водночас цифрові технології генерують низку викликів, пов'язаних із маніпулятивними практиками та інформаційною безпекою. Стратегічними напрямками розвитку державної комунікативної політики є:

- 1) Розвиток цифрової інфраструктури комунікативних процесів.
- 2) Вдосконалення нормативно-правового забезпечення цифрових комунікацій.
- 3) Підвищення цифрової грамотності населення.
- 4) Забезпечення інформаційної безпеки.
- 5) Розвиток технологій протидії маніпулятивним впливам.

Перспективи подальших досліджень пов'язані з комплексним вивченням впливу штучного інтелекту на електоральні процеси, розвитком методів захисту інформаційного простору та розробкою інноваційних комунікативних стратегій.

Висновок до 3 розділу

Формування позитивного політичного іміджу держави являє собою складний багатовекторний процес, що потребує системного підходу та комплексної стратегії. Державотворчі інституції мають усвідомлювати визначальну роль іміджевої політики у забезпеченні національної конкурентоспроможності та міжнародної суб'єктності. Стратегічне планування іміджевих комунікацій передбачає врахування внутрішньополітичних трансформацій та глобальних викликів сучасності. Політичний імідж країни формується на перетині інформаційних потоків, комунікативних практик та інституційних комунікацій. Взаємоузгодженість різновекторних іміджевих складників є ключовою умовою ефективної репрезентації держави у світі або на міжнародній арені.

Механізми адаптації міжнародного іміджу до внутрішньополітичних процесів потребують перманентного вдосконалення та гнучкості. Диференціація іміджевих стратегій має відбуватися з урахуванням динаміки суспільно-політичних трансформацій. Комунікативні технології створюють принципово нові можливості для оперативної корекції іміджевих наративів. Державні інституції повинні забезпечувати синхронізацію зовнішньополітичного позиціонування з внутрішніми комунікативними практиками. Ефективність іміджевої політики безпосередньо корелює зі здатністю політичних акторів адаптуватися до мінливого інформаційного середовища.

Цифрові технології перетворюються на визначальний чинник формування політичного іміджу держави. Діджиталізація комунікативного простору створює принципово нові механізми репрезентації політичних процесів та електоральних практик. Соціальні мережі, штучний інтелект та інноваційні комунікативні платформи забезпечують миттєву трансляцію політичних меседжів та глибокий аналіз суспільних настроїв. Технологічні інновації генерують як потужні можливості для політичної комунікації, так і виклики, пов'язані з інформаційною

безпекою. Державна політика має бути спрямована на створення ефективних механізмів регулювання цифрового комунікативного простору.

Стратегічними пріоритетами оптимізації політичного іміджу держави визначаються: по-перше, розвиток інституційної спроможності комунікативних структур; по-друге, впровадження інноваційних технологій аналізу та прогнозування суспільно-політичних процесів; по-третє, забезпечення інформаційної безпеки та протидія маніпулятивним технологіям. Нормативно-правове регулювання має випереджати технологічні трансформації та створювати умови для безпечної та ефективної політичної комунікації. Важливим є баланс між технологічними інноваціями та збереженням демократичних цінностей.

Підсумовуючи, слід наголосити, що формування позитивного політичного іміджу держави є складною системою взаємопов'язаних процесів, які потребують постійної уваги та вдосконалення. Успішність іміджевої стратегії безпосередньо залежить від здатності політичних інституцій адаптуватися до динамічних змін у глобальному інформаційному просторі. Перспективними напрямками подальших досліджень є вивчення впливу штучного інтелекту на електоральні процеси, розробка інноваційних комунікативних стратегій та механізмів захисту інформаційного суверенітету держав.

ВИСНОВКИ

Проведене комплексне дослідження політичного іміджу країни та його впливу на виборчий процес дозволило сформулювати низку теоретичних і практичних результатів, що мають наукову новизну та прикладну значущість.

Теоретичне обґрунтування сутності політичного іміджу держави розкрило складну інтегративну природу цього феномену як багатовимірної соціально-комунікативної системи. Політичний імідж країни постає не лише як інструмент репрезентації, але й як динамічний механізм конструювання суспільних уявлень про державу. Запропоновано авторське визначення політичного іміджу держави як цілісної системи символічних, комунікативних та перцептивних характеристик, що формують її суспільний образ на внутрішньому та міжнародному рівнях.

Сутність політичного іміджу полягає в його здатності репрезентувати країну на міжнародній арені, створюючи цілісне уявлення про її потенціал, цінності та місію в глобальному контексті. Методологічний аналіз дозволив виокремити структурні компоненти політичного іміджу: когнітивний (раціональні уявлення про державні інституції), емоційний (ставлення та почуттєві оцінки), комунікативний (канали формування іміджу) та символічний (культурні репрезентації). Встановлено, що ефективність іміджевої комунікації залежить від синхронізації цих компонентів та здатності держави продукувати цілісний і переконливий наратив про себе.

Дослідження факторів формування іміджу на міжнародній арені продемонструвало комплексний характер іміджетворення. Визначено, що поряд з традиційними чинниками (геополітичне становище, економічний потенціал) дедалі більшого значення набувають м'які параметри: дотримання демократичних цінностей, інноваційний розвиток, культурна привабливість та комунікативна спроможність держави.

Наукова новизна дослідження полягає в розробці комплексного підходу до вивчення політичного іміджу країни, який інтегрує методологічні принципи політології, соціології комунікацій, психології та інформаційних технологій.

Уперше запропоновано концептуальну модель взаємозв'язку зовнішньополітичного іміджу та електоральних процесів, що розкриває механізми впливу міжнародного сприйняття держави на внутрішньополітичні настрої. Теоретико-методологічні засади дослідження політичного іміджу формуються на перетині соціально-політичних наук, комунікативістики та іміджелогії. Вітчизняні дослідники приділяють значну увагу вивченню механізмів формування та трансформації політичного іміджу держави. Складність та багатогранність досліджуваного феномену вимагає комплексного підходу до його аналізу, що передбачає врахування внутрішньополітичних та зовнішньополітичних чинників. Політичний імідж країни виступає динамічною системою, яка постійно еволюціонує під впливом різноманітних соціальних комунікацій. Методологія дослідження політичного іміджу включає системний, інституційний та комунікативний підходи, що дозволяють всебічно проаналізувати досліджуваний феномен.

Емпіричний аналіз інструментів створення позитивного політичного іміджу виявив еволюцію комунікативних стратегій від традиційної дипломатії до складних цифрових технологій впливу. Обґрунтовано, що сучасний політичний імідж формується на перетині інформаційних потоків, де ключову роль відіграють соціальні мережі, аналітичні платформи та персоналізовані комунікативні канали.

Особливо значущими є висновки щодо впливу міжнародного іміджу на електоральні настрої населення. Встановлено, що позитивний зовнішньополітичний образ держави безпосередньо корелює з електоральною активністю, рівнем довіри до політичних інститутів та консолідацією суспільства. Виявлено, що успішні міжнародні комунікації держави здатні підвищувати електоральну мотивацію та створювати атмосферу суспільної підтримки.

Дослідження розкрило маніпулятивний потенціал політичного іміджу країни в контексті електоральних процесів. Політичні актори використовують міжнародний контекст як інструмент легітимізації власних позицій, створення

привабливих наративів та дискредитації опонентів. Це актуалізує необхідність розвитку критичного мислення та медіаграмотності населення.

Розроблені стратегії оптимізації політичного іміджу передбачають комплексний підхід, що поєднує внутрішню політику розвитку держави та зовнішню комунікативну стратегію. Ключовими напрямками визначено послідовну демократизацію, забезпечення прозорості державного управління, розвиток інституційної спроможності та активну міжнародну комунікацію.

Перспективи застосування цифрових технологій у формуванні іміджу держави пов'язані з розвитком штучного інтелекту, аналітики та персоналізованих комунікативних стратегій. Цифрові платформи дозволяють не лише транслювати іміджеві повідомлення, але й здійснювати моніторинг громадської думки, оперативно реагувати на інформаційні виклики та формувати діалогові комунікативні простори.

Теоретичне значення дослідження полягає в удосконаленні концептуальних засад вивчення політичного іміджу країни, розширенні методологічного інструментарію політичної комунікативістики. Практична цінність роботи визначається можливістю застосування розроблених підходів у державному управлінні, плануванні комунікативних стратегій та оптимізації іміджевої політики держави.

Перспективами подальших наукових розвідок є поглиблене вивчення впливу цифрових технологій на формування політичного іміджу, компаративні дослідження іміджевих стратегій різних держав, розробка прогностичних моделей іміджетворення в умовах глобальних трансформацій.

Політичні технології стають дедалі більш витонченими та багатошаровими, включаючи психологічні та соціологічні механізми впливу. Стратегії формування іміджу держави потребують постійної адаптації до мінливих суспільно-політичних умов. Комунікативні канали набувають дедалі більш складних форм репрезентації політичної реальності. Діджиталізація виборчих процесів радикально трансформує механізми політичної комунікації. Соціальні мережі стають потужним інструментом формування громадської

думки та електоральних настроїв. Інформаційна політика держави спрямована на забезпечення прозорості та відкритості комунікативних процесів. Цифрові технології створюють нові можливості для політичної репрезентації та взаємодії з виборцями. Трансформація політичного іміджу держави відбувається через постійну еволюцію комунікативних практик

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Артюшок В. С. Сучасні теорії лідерства та їх застосування. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку регіонів* : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. (Рівне, 3 квіт. 2020 р.). Рівне : РВЦ МЕНУ ім. акад. С. Дем'янчука, 2020. С. 18-21.
2. Базик Р. Р. Роль соціальних медіа як інструменту поширення пропаганди та їх вплив на політичну активність суспільства. *ПОЛІТИКУС*. 2024. Вип.. 4. URL: http://politicus.od.ua/4_2024/4.pdf (дата звернення: 20.03.2025).
3. Виборчий кодекс України : Закон України від 19.12.2019 № 396-ІХ : станом на 01.03.2024 р. / Верховна Рада України. Київ, 2024. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/396-20> (дата звернення: 26.03.2025).
4. Волотко Е. В. Роль засобів масової інформації у формуванні позитивного іміджу держави. *Держава та регіони*. Серія: Державне управління, 2019. № 4 (68). URL: http://pa.stateandregions.zp.ua/archive/4_2019/16.pdf (дата звернення: 21.03.2025).
5. Воробйова Г. Ю. Особливості проведення виборчих кампаній в Україні. Суспільно-політичні процеси в умовах пандемії: особливості та виклики: тези доповідей Всеукр. наук.-практ. конф. (Київ, 16 квітня 2021 р.) / відп. ред. А. А. Кравченко. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2021. – 184 с. С. 133 URL: <https://knute.edu.ua/file/MjIxNw==/78ca9> (дата звернення: 26.03.2025).
6. Галіпчак В.Д. Державно-правовий механізм інформаційної безпеки України в умовах російської агресії. *ПОЛІТИКУС*. 2023. Вип.. 5. С.19-24. URL http://politicus.od.ua/5_2023/3.pdf (дата звернення: 12.04.2025).
7. Герасимюк Л. С. , Тарасюк Л. М. Інформаційно-комунікаційні технології як чинник трансформації процесу формування іміджу органів публічного управління. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського*. Серія: Публічне управління та адміністрування. 2022. Том 33 (72). № 3. URL: https://www.pubadm.vernadskyjournals.in.ua/journals/2022/3_2022/8.pdf(дата звернення: 20.04.2025).
8. Герещук, В. І. Електронний паблік рілейшнз як засіб формування зовнішньополітичного іміджу держави : автореф. дис... канд. політ. наук: 23.00.04 / Терещук Віталій Іванович ; Чернівецький національний ун-т ім. Юрія Федьковича. Чернівці, 2008. 20 с.
9. Данилов В. Особливості формування політичного іміджу держави. *Політичний менеджмент*. 2009. № 2. С. 67-72. URL: <http://jnas.nbu.gov.ua/article/UJRN-0000710124> (дата звернення: 9.04.2025).

- Сремєєва І. Теоретико-методологічні аспекти поняття міжнародний імідж держави. *Krakowskie Studia Małopolskie*. 2022. nr. 4 (36). URL: <https://czasopisma.marszalek.com.pl/images/pliki/ksm/36/ksm3604.pdf> (дата звернення: 22.03.2025).
10. Запорожець О. Інтернет-тролінг як інструмент інформаційної війни. *Acta de Historia & Politica : Saeculum XXI*. 2023. Vol. VI. P. 66–74. URL: <https://ahpsxxi.org/index.php/journal/article/view/83> (дата звернення: 22.03.2025).
 11. Зеленько Г. Застосування реалістичних, популістських і волюнтаристичних ідеологем в українському електоральному циклі-2019. *Виборчий процес 2019 року в Україні у суспільних очікувань*. Київ : Інститут політичних і етнонаціональних досліджень ім. І.Ф.Кураса НАН України, 2019. С. 115–135.
 12. Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання : ДСТУ 8302:2015. Київ : ДП «УкрНДНЦ», 2024. 16 с. URL: http://lib.nmu.org.ua/download/Standart/DSTU_8302_2015.pdf (дата звернення: 26.03.2025).
 13. Конституція України : станом на 1 берез. 2024 р. / Верховна Рада України. Київ : Центр учб. л-ри, 2024. 64 с. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр>(дата звернення: 26.03.2025).
 14. Корнієнко В. О., Денисюк С. Г. Імідж політичного лідера: проблеми формування та практичної реалізації: Монографія. Вінниця: УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2009. 145 с.| URL: https://pdf.lib.vntu.edu.ua/books/2025/Kornienko_2009_145.pdf (дата звернення: 7.04.2025).
 15. Кочубей Л. Нові і традиційні виборчі технології в Україні. *Виборчий процес 2019 року в Україні у світлі суспільних очікувань*. Київ : Інститут політичних і етнонаціональних досліджень ім. І.Ф.Кураса НАН України, 2019. С. 136–149.
 16. Краснопольська Т. М. Сучасні державні стратегії формування іміджу України у контексті курсу на європейську інтеграцію. *Актуальні проблеми політики*. 2019. Вип. 63. С. 139-152. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/appol_2019_63_13 (дата звернення: 2.04.2025).
 17. Кривошеїн В.В. політичний імідж як інструмент легітимізації політичної влади: теоретико-методологічний аспект. *Гуманітарний журнал №3-4*. 2010. С.46-51. URL: <https://core.ac.uk/download/48399464.pdf> (дата звернення: 28.03.2025).

18. Кулеба О. В. Основні засади стратегічного управління іміджем України. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2013. № 7. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Duur_2013_7_15 (дата звернення: 21.03.2025).
19. Мадрига Т., Бриндальський А. Маніпулятивні технології під час виборчого процесу як загроза політичній безпеці. *Вісник Прикарпатського університету*. Серія: Політологія. Вип. 17, 2024. № 17. С. 90-96. <https://journals.pnu.if.ua/index.php/politology/article/view/119/117> (дата звернення: 26.03.2025).
20. Мачуський В. Політична еліта України у визначенні стратегій розвитку держави. *Україна у пошуку стратегій суспільно-політичного розвитку (1991–2018 рр.)*. Київ : ІПіЕНД ім. І.Ф.Кураса НАН України, 2019. С. 324–349.
21. Метельська А. Особливості формування іміджу політичного лідера : дис. ... канд. наук. Київ, 2023. 249 с. URL: <https://knute.edu.ua/file/MzA3OTY=/4ee658134cf4e9c4a57c5041dbc8fb51.pdf> (дата звернення: 21.03.2025).
22. Морозов А. Ю., Шуст Н. Б. Становлення інформаційного суспільства в Україні: виклики та перспективи. *Освітній дискурс: збірник наукових праць*. 2022. № 41(7-9). С. 26-38. URL: https://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/39387/Morozov_Shust.pdf?sequence=1&isAllowed=y (дата звернення: 24.03.2025).
23. Нальотов А. Виборчі технології як чинник впливу на масову свідомість. *Політичний менеджмент*. 2007. № 5. С. 126-137. URL: https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/nalyotov_vyborchi.pdf (дата звернення: 27.03.2025).
24. Омельченко О. А. механізми формування політичного іміджу України . . *Мистецтво наукової думки*. 2019. №3 . Квітень. С.84-86. URL: <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/2617-7064/article/download/162/145/> (дата звернення: 24.03.2025).
25. Остапець Ю.О. Електоральні процеси в Україні: загальнонаціональний та регіональний виміри: дис...д. Політ. Наук: 23.00.02 / Ужгородський нац. ун-т. Ужгород , 2016. 550 с. <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/35913/1/Електоральні%20процеси%20в%20Україні.pdf> (дата звернення: 28.03.2025).
26. Передвиборча програма кандидата на пост Президента України Володимира Зеленського. 2019. URL: <https://program.ze2019.com/> (дата звернення: 26.03.2025).
27. Про забезпечення національної інформаційної політики : Постанова Кабінету Міністрів України від 10.01.2024 № 22. URL:

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/22-2024-п> (дата звернення: 26.03.2025).

28. Про затвердження Стратегії інформаційної реінтеграції України : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 15.02.2024 № 89-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/89-2024-р> (дата звернення: 26.03.2025).
29. Про інформацію : Закон України від 02.10.1992 № 2657-XII : редакція від 01.03.2024 р. / Верховна Рада України. Київ, 2024. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12> (дата звернення: 26.03.2025).
30. Про місцеві вибори : Закон України від 14.07.2015 № 595-VIII : станом на 01.03.2024 р. / Верховна Рада України. Київ, 2024. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/595-19> (дата звернення: 26.03.2025).
31. Про політичні партії в Україні : Закон України від 05.04.2001 № 2365-III : редакція від 01.03.2024 р. / Верховна Рада України. Київ, 2024. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2365-14> (дата звернення: 26.03.2025).
32. Про внутрішнє та зовнішнє становище України : Щорічне послання Президента України до Верховної Ради України. Київ, 2024. URL: <https://www.president.gov.ua/documents> (дата звернення: 26.03.2025).
33. Руднева А. О. Культурна дипломатія як інструмент формування іміджу України. *Регіональні студії*: наук.зб. / редкол.: М. М. Палінчак (голов. ред.), І. М. Вегеш, Є. І. Гайданка та ін. Ужгород : Гельветика. 2024. Вип. 37. С. 63–67. – Бібліогр.: с. 67 (7 назв); рез. укр., англ. URL: <http://regionalstudies.uzhnu.uz.ua/archive/37/13.pdf> (дата звернення: 29.03.2025).
34. Семенчук Т., Несін В. Формування позитивного іміджу держави на засадах світового досвіду. *Зб. наук. праць ДУІТ. Сер. «Економіка і управління»*, 2020. Вип. 48. URL: https://files.duit.edu.ua/uploads/Сайт/3_НАУКА/ЖУРНАЛИ/ЕКОНОМІКА-І-УПРАВЛІННЯ/archive/48/economics-and-management-48-article-15.pdf (дата звернення: 26.03.2025).
35. Старух В. О. Комунікативні стратегії формування позитивного іміджу НАТО в англо-українському перекладі. *Лінгвістичні дослідження*: зб. наук. праць ХНПУ імені Г. С. Сковороди. 2020. Вип. 53 С. 85-93 URL: <http://journals.hnpu.edu.ua/index.php/lingvistics/article/view/3319/3379> (дата звернення: 1.04.2025).

36. Українське суспільство напередодні року виборів. *Національна безпека і оборона*. 2018. № 3–4. С. 20–34. URL: http://razumkov.org.ua/uploads/journal/ukr/NSD175-176_2018_ukr.pdf (дата звернення: 26.03.2025).
37. Хамаршех А. Ш. Стратегія демагогії у подячній промові Дональда Трампа *Вісник Харків. нац. ун-ту імені В.Н.Каразіна*. Серія: Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов. 2019. № 90. С. 33-41.
38. Цилюрик С. В. Соціально-комунікативний діалог в соціальних мережах як елемент формування демократичних засад в українському суспільстві. *Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент*. 2019. Вип. 15. С. 104–115.
39. Чекалюк В.В. Позитивний імідж держави і суспільства – результат ефективних комунікацій. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2014. Т. 57. С. 247–251. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh_2014_57_48 (дата звернення: 4.04.2025).
40. Челій К. Застосування НЛП-технологій у рекламних та PR-кампаніях /Нова інформаційна ситуація та тенденції альтернативного розвитку ЗМК в Україні: Матер. І Всеукр. науково-практичної конф. студентів та молодих вчених / за заг. ред. канд. філос. наук, доц. Л. В. Квасюк. Острог: «Острозька академія», 2010. 280 с. С.264-272.
41. Andersen K. , Medaglia R. The Use of Facebook in National Election Campaigns: Politics as Usual? *Electronic Participation, First International Conference*, 2009, Linz, Austria, September 1-3, 2009. URL:https://www.researchgate.net/publication/221353459_The_Use_of_Facebook_in_National_Election_Campaigns_Politics_as_Usual(access date: 20.03.2025).
42. Delany C. Learning from Obama's Financial Steamroller: How to Raise Money Online. *ePolitics*. 2009. 15 May. URL: <http://www.epolitics.com/2009/05/15/learning-from-obamasfinancial-steamroller-how-to-raise-money-online/> (access date: 26.03.2025).
43. Dhandkar D. Concepts of political leadership: philosophical anthropological and socio-cultural measurements. *Scientific and Theoretical Almanac Grani*. 2020. Vol. 23, N. 3. P. 73-81.

44. Jung C. G. The Archetypes and the Collective Unconscious. In *Collected Works of C. G. Jung* (Vol. 9i, 2nd ed.). Princeton, NJ: Princeton University Press. 1968. 589 p. URL: https://www.jungiananalysts.org.uk/wp-content/uploads/2018/07/C.-G.-Jung-Collected-Works-Volume-9i_-The-Archetypes-of-the-Collective-Unconscious.pdf (access date: 6.04.2025).
45. McLuhan M. 1911-1980 *Understanding media : the extensions of man*. Berkeley, California: GINGKO PRESS Inc., 2013 . January. 336p. URL: https://spada.uns.ac.id/pluginfile.php/667112/mod_resource/content/1/metode%20cippta.pdf
46. Siefert M., Gerbner G., Fisher J. *The Information Gap: How Computers and Other New Communication Technologies Affect the Social Distribution of Power* ; Publisher. Oxford University Press,1989. 232 p.

ДОДАТКИ

Таблиця 1.1

Структурні компоненти політичного іміджу держави

Компонент	Характеристика	Механізми формування
Інституційний	Формальні характеристики політичної системи	Законодавче регулювання, інституційна ефективність
Персональний	Імідж політичних лідерів	Комунікативні стратегії, публічна репрезентація
Соціокультурний	Ментальні особливості політичної культури	Історичні традиції, суспільні цінності
Комунікативний	Канали інформаційної трансляції	Медійні репрезентації, інформаційні технології

Таблиця 1.2

Методологічні підходи до вивчення політичного іміджу держави

Підхід	Основний фокус	Методологічні інструменти
Системний	Цілісність політичного іміджу	Структурно-функціональний аналіз
Інституційний	Політичні інституції	Порівняльний аналіз, інституційне моделювання
Комунікативний	Інформаційні канали	Контент-аналіз, дискурс-аналіз
Соціокультурний	Ментальні особливості	Соціологічні опитування, культурологічний аналіз

Таблиця 1.3

Теоретичні підходи до формування політичного іміджу держави

Підхід	Характеристика	Основні детермінанти
Інституційний	Розгляд іміджу через призму державних інституцій	Нормативно-правове забезпечення, комунікативні стратегії
Соціокультурний	Акцент на культурних та ментальних особливостях	Культурна дипломатія, національна ідентичність
Комунікативний	Фокус на інформаційних технологіях та комунікаціях	Медіа-простір, цифрові комунікації

Таблиця 1.4

Фактори впливу на формування політичного іміджу країни

Група факторів	Складові	Механізми впливу
Внутрішньополітичні	Політична стабільність, якість врядування	Електоральні процеси, інституційна ефективність
Зовнішньополітичні	Дипломатичні відносини, міжнародні ініціативи	Участь у міжнародних організаціях, миротворчі місії

Соціально-економічні	Економічний розвиток, інвестиційна привабливість	Інноваційність, підприємницьке середовище
----------------------	--------------------------------------------------	-------------------------------------------

Таблиця 1.5

Класифікація інструментів формування політичного іміджу

Категорія інструментів	Характеристика	Приклади
Інформаційні	Технології комунікації та поширення інформації	Медіа-кампанії, пресконференції
Психологічні	Механізми впливу на колективне несвідоме	Наративні стратегії, архетипові образи
Комунікативні	Безпосередня взаємодія з цільовими аудиторіями	Соціальні мережі, публічні виступи

Таблиця 1.6

Рівні формування політичного іміджу

Рівень	Характеристика	Механізми впливу
Індивідуальний	Імідж політичного лідера	Особистісні характеристики, риторика
Інституційний	Імідж політичних інституцій	Комунікативні стратегії, інформаційна політика
Міжнародний	Глобальний образ держави	Дипломатичні комунікації, культурна презентація

Таблиця 2.2

Механізми впливу міжнародного іміджу на електоральні настрої

Механізм	Опис	Електоральний вплив
Інформаційний	Поширення позитивної інформації про державу	Підвищення електоральної активності
Комунікативний	Встановлення міжнародних комунікативних каналів	Формування довіри до політичних інституцій
Іміджевий	Створення позитивного образу держави	Посилення електоральної підтримки
Психологічний	Емоційне сприйняття міжнародного становища	Мотивація електоральної поведінки

Таблиця 2.3

Технології маніпулятивного впливу через політичний імідж

Технологія	Механізм впливу	Електоральний потенціал
Інформаційна селекція	Контрольована подача інформації	Формування бажаних електоральних очікувань
Емоційне маніпулювання	Апеляція до колективних почуттів	Мобілізація електоральної підтримки
Наративна стратегія	Конструювання політичних	Створення позитивного іміджу держави

Медійна презентація	Управління інформаційними потоками	Контроль електоральних настроїв
---------------------	------------------------------------	---------------------------------

Таблиця 2.4

Цифрові інструменти політичної боротьби

Інструмент	Механізм впливу	Електоральний потенціал
Соціальні мережі	Таргетована комунікація	Персоналізований вплив на виборців
Боти та троллінг	Штучне формування думки	Маніпуляція суспільними настроями
Аналітика даних	Прогнозування поведінки	Точне налаштування комунікативних стратегій
Штучний інтелект	Автоматизована комунікація	Масштабування інформаційного впливу

Таблиця 2.5

Компоненти політичного іміджу держави

Компонент	Характеристика	Механізми формування
Інституційний	Сприйняття державних інституцій	Комунікативні стратегії
Соціокультурний	Культурні та ментальні особливості	Інформаційні наративи
Зовнішньополітичний	Міжнародний образ держави	Дипломатичні комунікації

Таблиця 2.6

Стратегії використання іміджу країни у політичній боротьбі

Стратегія	Мета	Механізми реалізації
Іміджева реконструкція	Трансформація сприйняття держави	Інформаційні кампанії
Наративна легітимація	Створення позитивного образу	Медійні комунікації
Електоральна мобілізація	Впливу на політичні преференції	Цільові інформаційні впливи

Таблиця 2.7

Теоретичні виміри трансформації політичного іміджу держави

Критерій	Зміст	Характеристика
Комунікативний	Інформаційні канали	Соціальні мережі, ЗМІ, політичні комунікації
Інституційний	Державні механізми	Легітимність влади, електоральні процеси
Перцептивний	Суспільне сприйняття	Коллективні очікування, політичні настрої

Таблиця 3.1

Структурні компоненти політичного іміджу держави

Компонент	Характеристика	Механізми формування
Політико-правовий	Сприйняття державної системи	Комунікативні стратегії
Соціально-економічний	Рівень розвитку країни	Інформаційні кампанії
Культурно-цивілізаційний	Ціннісні орієнтації	Міжкультурний діалог

Таблиця 3.2

Порівняльна характеристика традиційних та цифрових стратегій формування політичного іміджу

Критерій	Традиційні стратегії	Цифрові стратегії
Комунікативні канали	ЗМІ, дипломатичні заходи	Соціальні мережі, онлайн-платформи
Швидкість комунікації	Повільна	Миттєва
Інтерактивність	Обмежена	Висока
Таргетування	Уніфіковане	Персоналізоване

Таблиця 3.3

Теоретичні виміри адаптації міжнародного іміджу держави

Критерій	Характеристика
Комунікативний рівень	Стратегічні комунікації, інформаційні канали
Інституційний рівень	Державні органи, недержавні інституції, міжнародні представництва
Соціокультурний вимір	Культурна дипломатія, національна ідентичність, міжкультурні комунікації

Таблиця 3.4

Механізми комунікативної адаптації іміджу

Механізм	Зміст
Стратегічна комунікація	Цілеспрямована комунікативна діяльність
Інформаційна адаптація	Трансформація іміджевих наративів
Медійна репрезентація	Формування позитивного медійного образу
Міжнародний діалог	Налагодження комунікативних каналів

Таблиця 3.5

Порівняльна характеристика традиційних та цифрових комунікативних технологій у формуванні державного іміджу

Критерій	Традиційні технології	Цифрові технології
Швидкість комунікації	Повільна	Миттєва
Інтерактивність	Обмежена	Максимальна
Географічний охоплення	Локальне	Глобальне
Вартість	Висока	Низька
Зворотний зв'язок	Формальний	Реального часу

Таблиця 3.6

Основні напрями впливу цифрових технологій на виборчий процес

Напрямок впливу	Характеристика
Інформування	Миттєве поширення виборчої інформації
Агітація	Таргетована комунікація з виборцями
Аналітика	Прогнозування електоральної поведінки
Мобілізація	Активізація електоральної активності

АНОТАЦІЯ

Бурминський Д.С. Політичний імідж країни та його вплив на виборчий процес (бакалаврська робота). Харків: Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, 2025. 74 с. (рукопис).

Кваліфікаційна робота присвячена комплексному дослідженню політичного іміджу країни та його багатогранному впливу на виборчий процес у сучасних соціально-політичних реаліях. У дослідженні політичний імідж держави розглядається як складна, динамічна система репрезентації країни у внутрішньому та зовнішньому просторі, що формується під впливом різноманітних чинників політичного, соціального, економічного та культурного характеру. Політичний імідж країни визначається як цілісний, багатоструктурний конструкт, що включає сукупність емоційно забарвлених уявлень, стереотипів, очікувань та настанов щодо політичної системи, державних інституцій, політичних лідерів та загальної політичної культури держави. Він виступає потужним інструментом політичної комунікації, здатним суттєво впливати на електоральну поведінку громадян, їхні політичні преференції та загальну оцінку державної політики.

Ключові слова: політичний імідж, імідж держави, виборчий процес, електоральна поведінка, стратегічні комунікації, політична комунікація, цифрові технології, інформаційна політика, політична реклама, іміджмейкінг, електоральні технології, міжнародний імідж, політична психологія.

ANNOTATION

Burminskyi D.S. The Political Image of a Country and Its Influence on the Electoral Process (Bachelor's thesis). Kharkiv: V. N. Karazin Kharkiv National University, 2025. 74 p. (manuscript).

The qualification thesis is devoted to a comprehensive study of the political image of a country and its multifaceted influence on the electoral process in the context of contemporary socio-political realities. The study considers the political image of the state as a complex, dynamic system of representation both domestically and internationally, shaped by various political, social, economic, and cultural factors. The political image of a country is defined as a holistic, multi-structured construct that encompasses a set of emotionally charged perceptions, stereotypes, expectations, and attitudes towards the political system, state institutions, political leaders, and the overall political culture of the state. It serves as a powerful tool of political communication capable of significantly influencing citizens electoral behavior, political preferences, and general evaluation of state policy.

Keywords: political image, image of the state, electoral process, electoral behavior, strategic communications, political communication, digital technologies, information policy, political advertising, image-making, electoral technologies, international image, political psychology.

Відгук
на кваліфікаційну роботу бакалавра
4-го курсу групи ОП-41 денної форми навчання
спеціальності 052 «Політологія»
освітньо-професійної програми «Політичні технології та аналіз
політики»
філософського факультету
Харківського національного університету імені В. Н. Карабіна
Бурминського Дмитра Сергійовича
на тему «Політичний імідж країни та його вплив на виборчий процес»

Студент Бурминський Дмитро Сергійович виконав кваліфікаційну роботу на тему *«Політичний імідж країни та його вплив на виборчий процес»*, що присвячена дослідженню багатогранному і системному впливу політичного іміджу держави на електоральні процеси, обґрунтуванні його ключової ролі у формуванні внутрішньої стабільності, електоральної поведінки громадян та міжнародної підтримки. Обрана студентом Бурминським Д.С. тема є актуальною в контексті як теоретичних, так і прикладних досліджень сучасної політичної комунікації, оскільки у контексті гібридних війн, фейкових кампаній, кіберзагроз контроль за політичним образом країни в сучасному медіапросторі стає не менш важливим, ніж контроль за її кордонами. З урахуванням посилення інформаційної конкуренції у сучасному світі та зростання впливу медіаобразів на політичну поведінку громадян, формування позитивного іміджу країни стає стратегічним інструментом політичної комунікації, необхідною складовою електорального успіху та запорукою політичної стабільності країни. Ефективно вибудований імідж дозволяє державі не лише позиціонувати себе як суб'єкта глобальної політики, що має власний голос та здатного до конструктивного діалогу і стратегічного співробітництва, але й відіграє ключову роль у внутрішньополітичних процесах, зокрема у виборчих кампаніях. Це актуалізує дослідження політичного іміджу країни, який виступає не лише інструментом зовнішньої комунікації, а й потужним фактором внутрішнього політичного впливу, що детермінує зміст виборчого дискурсу і настроїв електорату.

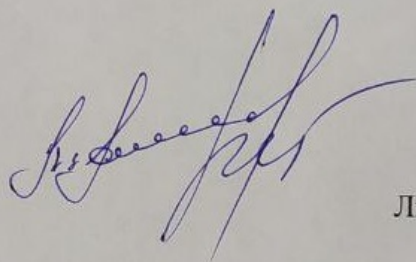
У ході написання дипломної роботи студент Бурминський Д.С. продемонстрував здатність до аналітичного мислення, системного підходу та оперування сучасною науковою базою, вміння формулювати мету, завдання, та гіпотезу дослідження, проводити самостійне аналітичне дослідження, робити обґрунтовані висновки та пропонувати практичні рекомендації.

Кваліфікаційна робота студента Бурминського Д.С. складається з трьох розділів. Перший розділ висвітлює поняття політичного іміджу, його функції, структурні елементи. У другому розділі автор розглядає взаємозв'язок між іміджем держави та виборчими процесами та досліджує трансформацію зовнішньополітичних чинників у внутрішньоелекторальні наративи. Дипломник доводить, що в сучасних умовах політичні рішення дедалі більше

сприймаються крізь призму репутаційного та емоційного образу держави, а не лише програмних або ідеологічних засад. Третій розділ присвячено шляхам оптимізації політичного іміджу. В ньому розглядаються роль цифрових технологій та основні напрями їх впливу на виборчий процес. Аналіз здійснюється з акцентом на комунікативні стратегії та соціально-психологічні аспекти впливу.

Висновки, до яких приходять автор, є важливими оскільки мають теоретичну та прикладну цінність, що робить їх релевантними для майбутніх наукових пошуків. Запропоновані дипломником рекомендації у п. 3.3. можуть бути використані у сфері політичного консалтингу, медіастратегій, виборчих кампаній, а також в урядових і громадських інформаційних ініціативах. Дипломна робота Бурминського Д.С. написана у науковому стилі, має чітку структуру, логічно послідовна, містить елементи наукової новизни, відповідає вимогам, що висуваються до кваліфікаційних досліджень бакалаврського рівня та рекомендована до захисту.

Керівник кваліфікаційної роботи:
доцент каф.політології,
кандидат політ.наук



Люба О.О.

РЕЦЕНЗІЯ
на кваліфікаційну роботу бакалавра
4-го курсу групи ОП-41 денної форми навчання
спеціальності 052 «Політологія»
освітньо-професійної програми «Політичні технології та аналіз
політики»
філософського факультету
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна
Бурминського Дмитра Сергійовича
на тему «Політичний імідж країни та його вплив на виборчий процес»

Обрана студентом Бурминським Д.С. тема бакалаврської роботи без сумніву є актуальною та суспільно значущою. У сучасному світі глобальних технологій, коли інформаційні потоки миттєво охоплюють мільйони користувачів, а держави змагаються не лише у військовій чи економічній, а й у символічно-комунікативній сфері, політичний імідж держави набуває стратегічного значення. Для країн із трансформаційним досвідом, ефективно іміджеве позиціонування стає ключовим чинником їх внутрішньої стабільності, легітимності інституцій, сприйняття у світі й міжнародної підтримки. З 2022 року політичний імідж української держави перетворився на не лише зовнішній атрибут, а й інструмент мобілізації електорату, національної єдності та протистояння зовнішній агресії. Це підтверджує тісний зв'язок між іміджевими комунікативними стратегіями та виборчими процесами. Сучасний виборчий процес вимагає високої адаптивності іміджевих стратегій до змін соціального запиту. З огляду на це, комплексне дослідження теоретико-методологічних основ формування політичного іміджу країни, вивчення його взаємозв'язку з електоральними процесами, а також аналіз інформаційних технологій як інструментів впливу на масову свідомість є надзвичайно актуальним.

Кваліфікаційна робота Бурминського Д.С. характеризується логічною побудовою матеріалу, що ґрунтується на джерельній базі з теоретичного дискурсу у галузі політичних комунікацій, іміджелогії та виборчих технологій. Автор демонструє вміння застосовувати наукові підходи до вивчення політичного іміджу країни, системного аналізу його впливу на виборчий процес з урахуванням сучасних інформаційно-технологічних трансформацій.

У першому розділі Бурминський Д.С. аналізує загальнотеоретичні аспекти проблеми, що розкривають специфіку теми, звертається до політичного іміджу держави, його ролі в сучасних інтеграційних процесах, виокремлює фактори, що впливають на формування позитивного політичного іміджу країни на міжнародній арені. Досліджуючи питання формування політичного іміджу здобувач наголошує на провідній ролі інформаційно-комунікативних каналів, які дозволяють формувати цілісне уявлення про країну через презентацію її культурних цінностей, досягнень, потенціалу та місії на міжнародній арені. Автор підкреслює, що особливого

значення набувають м'які методи впливу, що базуються на принципах прозорості, послідовності та культурної дипломатії, які сприяють створенню привабливого та переконливого образу держави в глобальному інформаційному просторі.

У другому розділі автор послідовно аналізує низку важливих проблем, що безпосередньо розкривають взаємозв'язок між символічним образом держави та динамікою електоральної поведінки громадян. У Підрозділі 2.1 Бурминський Д.С. досліджує вплив міжнародного іміджу на внутрішні електоральні настрої, що є особливо актуальним у контексті глобалізованого інформаційного простору, де зовнішнє сприйняття країни дедалі частіше проектується на внутрішню політичну культуру. Доречною є думка автора щодо вирішального значення в умовах виборчого процесу іміджеутворюючої функції політичної комунікації та її безпосереднього впливу на електоральні переваги. Саме через іміджеві практики політичний образ держави формує емоційне наповнення, рівень довіри до інституцій та національну ідентичність. Така позиція є слушною, адже сьогодні виборець дедалі більше сприймає державу не через абстрактні політичні програми, а через символічні образи, персоніфіковані меседжі та медійні репрезентації, які формуються в межах системи політичних комунікацій. Автор послідовно виявляє причинно-наслідкові зв'язки між іміджевими комунікаціями та електоральними процесами та доходить висновку, що у контексті виборчого процесу політичний імідж перетворюється на потужний інструмент впливу, що здатен кардинально змінювати електоральні настрої та визначати стратегічні траєкторії політичного розвитку.

У третьому розділі кваліфікаційної роботи особливої уваги заслуговують надані Бурминським Д.С. рекомендації щодо оптимізації іміджевих стратегій, адаптації міжнародного іміджу до внутрішньополітичних трансформацій та більш ефективного використання цифрових інструментів для формування позитивного образу держави.

Варто зауважити, що робота Бурминського Д.С. не позбавлена окремих недоліків. У роботі доцільно було б звернути увагу не лише на зарубіжних класиків політичної науки, а на останні дослідження у цьому напрямку. Порівняння різних моделей впливу іміджу на виборчий процес у державах з різним типом демократії поглибило б аналітичну частину дослідження. У роботі аналіз базується переважно на поверхневій конкретизації прикладів, без глибокого занурення в конкретні виборчі кейси (наприклад, кампанії в Україні, США, Ізраїлі). У Розділі 3 потенціал цифрових інструментів розкривається поверхнево, відсутній аналіз ризиків та порівняння досвіду інших держав. Робота б значно виграла, якби містила дані експертного опитування або результати соціологічних досліджень щодо електоральної поведінки під впливом онлайн-кампаній. Разом із тим, ці зауваження не знижують загального рівня роботи та не впливають на її цінність та цілісність.

Робота Бурминського Д.С. написана у науковому стилі, логічно структурована, граматично коректна. Структура кваліфікаційної роботи

відповідає меті та поставленим завданням. Автор демонструє достатній рівень підготовки та знань з обраної теми, вміння підбирати та критично аналізувати джерела, здатність систематизувати матеріал, робити самостійні висновки та узагальнення. Кваліфікаційна робота бакалавра «Політичний імідж країни та його вплив на виборчий процес» за всіма формальними та змістовними критеріями відповідає встановленим вимогам та заслуговує на оцінку «добре», а її автор Бурминський Дмитро Сергійович, гідний присвоєння кваліфікації бакалавра освітньо-професійної програми «Політичні технології та аналіз політики».

Рецензент:

к. політ. н., доц., доцент
кафедри фундаментальної юриспруденції
та конституційного права
Сумського державного університету



Ольга СТОГОВА

Лідерка Стогова О. В.
завідувачка кафедр
Юридичний факультет
Сумський державний університет

