

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
Навчально-науковий інститут «Каразінський інститут міжнародних відносин
та туристичного бізнесу»
Кафедра міжнародних відносин

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
МАГІСТРА
на тему: «АКТОРИ МЕДІЙНОГО ПРОСТОРУ У ФОРМУВАННІ
СУЧАСНОЇ СВІТОВОЇ ПОЛІТИКИ»

Виконав:

здобувач вищої освіти 2-го курсу, групи УМІБ-61
спеціальності 291 «Міжнародні відносини,
суспільні комунікації та регіональні студії»
ОПП «Міжнародна інформаційна безпека»
Іоффе Ілля Геннадійович



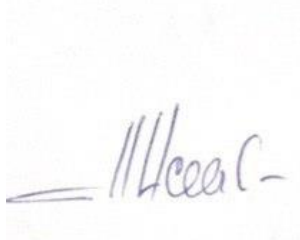
Керівник:

канд. юрид. наук, доцент,
Файєр Олена Анатоліївна



Рецензент:

канд. юрид. наук, доцент,
Ісаєв Арсен Миколайович



ХАРКІВ – 2025 рік

Харківський національний університет імені В.Н.Каразіна

Навчально-науковий інститут «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу»

Кафедра міжнародних відносин

Спеціальність 291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії»

Освітньо-професійна програма «Міжнародна інформаційна безпека»

Рівень вищої освіти: другий (магістерський)

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри



Підпис

Наталія ВІННИКОВА
ім'я, прізвище

«02» червня 2025 року
(зі змінами від 10.09.2025; 06.10.2025)

ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу магістра

Іоффе Іллі Геннадійовича
(прізвище, ім'я та по батькові)

1. Тема роботи «Актори медійного простору у формуванні сучасної світової політики»,
керівник роботи Файєр Олена Анатоліївна, кандидат юридичних наук, доцент
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом по університету від «02» червня 2025 р. № 4001-5/1324 зі змінами від «10» вересня 2025 року № 4001-5/3049, зі змінами від «06» жовтня 2025 року № 4001-5/3656

2. Строк подання здобувачем роботи 21 листопада 2025 р.

3. Перелік питань, які потрібно розробити:

1. Медійна складова світової політики періоду становлення нового світового порядку.
2. Ідеологія як складова медійного простору сучасної світової політики.
3. Інформаційне суспільство та цифрова нерівність як чинник формування медійного простору в світовій політиці.
4. Медійна політика як інструмент інформаційної політики держави та захисту інформаційного суверенітету.
5. Особливості політичної комунікації держави як суб'єкта глобальної медійної політики.
6. Медійна складова цифрової дипломатії держав.

7. Дискурсивна активність недержавних акторів світової політики.
8. Глобальні засоби масової інформації як актори світової політики.
9. Транснаціональні корпорації як актори медійного простору сучасної світової політики.

4. План роботи

№ з/п	Назви етапів роботи	Строк виконання етапів
1	Вибір здобувачем теми КРМ і подання заяви на кафедру; затвердження теми та призначення наукового керівника; складання та затвердження індивідуального завдання на виконання КРМ, опрацювання джерельної бази дослідження	19.05.2025-30.06.2025
2	Підготовка вступу і розділу 1 КРМ	01.09.2025-30.09.2025
3	Підготовка розділу 2 КРМ	01.10.2025-15.10.2025
4	Підготовка розділу 3 КРМ	16.10.2025-31.10.2025
5	Підготовка висновків і переліку використаних джерел	03.11.2025-14.11.2025
6	Подання здобувачем завершеної КРМ науковому керівнику для перевірки та оформлення відгуку, перевірка КРМ на відсутність запозичень	17.11.2025-21.11.2025
7	Попередній розгляд КРМ на комісії від кафедри	24.11.2025-28.11.2025
8	Доопрацювання роботи, прийняття кафедрою рішення про допуск роботи до захисту в ЕК, оформлення та зовнішнє рецензування	01.12.2025-05.12.2025
9	Підготовка до захисту та захист КРМ в ЕК і присвоєння випускникам кваліфікації	08.12.2025-23.12.2025

5. Дата видачі завдання 2 червня 2025 року (зі змінами від 10.09.2025; 06.10.2025).

Здобувач вищої освіти _____

(підпис)

Ілля ІОФФЕ

(ім'я, прізвище)

Керівник роботи

(підпис)

Олена ФАЙЄР

(ім'я прізвище)

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ МЕДІЙНОГО ПРОСТОРУ В СУЧАСНІЙ СВІТОВІЙ ПОЛІТИЦІ.....	8
1.1. Медійна складова світової політики періоду становлення нового світового порядку.....	8
1.2. Ідеологія як складова медійного простору сучасної світової політики.....	14
1.3. Інформаційне суспільство та цифрова нерівність як чинник формування медійного простору в світовій політиці.....	19
Висновки до розділу 1.....	24
РОЗДІЛ 2. ДЕРЖАВА ЯК АКТОР ФОРМУВАННЯ МЕДІЙНОЇ РЕАЛЬНОСТІ СВІТОВОЇ ПОЛІТИКИ.....	26
2.1. Медійна політика як інструмент інформаційної політики держави та захисту інформаційного суверенітету.....	26
2.2. Особливості політичної комунікації держави як суб'єкта глобальної медійної політики.....	35
2.3. Медійна складова цифрової дипломатії держав.....	44
Висновки до розділу 2.....	52
РОЗДІЛ 3. НЕДЕРЖАВНІ АКТОРИ МЕДІЙНОГО ПРОСТОРУ СВІТОВОЇ ПОЛІТИКИ.....	54
3.1. Дискурсивна активність недержавних акторів світової політики.....	54
3.2. Глобальні засоби масової інформації як актори світової політики.....	61
3.3. Транснаціональні корпорації як актори медійного простору сучасної світової політики.....	67
Висновки до розділу 3.....	73
ВИСНОВКИ.....	75
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	80

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасному світі медійний простір перестає бути лише каналом передачі інформації – він перетворюється на самостійне поле боротьби за владу, вплив і формування суспільної свідомості. В умовах стрімкої цифровізації та глобалізації з'являється новий тип акторів міжнародних відносин – ті, хто не має суверенітету або статусу держави, але володіє потужними інструментами інформаційного впливу. Це, зокрема, транснаціональні корпорації, цифрові платформи (Meta, Google, X, TikTok тощо), міжнародні медіа-холдинги, інфлюенсери, блогери та навіть штучний інтелект, який формує інформаційні стрічки мільйонів користувачів.

Зміщення центрів впливу з традиційних політичних структур до цифрового середовища веде до переосмислення ролі сили у міжнародних відносинах. Інформаційні атаки, фейкові кампанії, «культура скасування», маніпуляція громадською думкою, створення альтернативної реальності через мас-медіа – усе це стає складовою сучасних гібридних війн. Роль медійних акторів у таких процесах є критично важливою: вони не лише транслюють політичні меседжі, а й формують норми, цінності, уявлення про події та явища, які згодом визначають дії суспільства.

Сучасний світ зіткнувся з новими викликами: політизацією цифрових платформ, мобілізацією медіаресурсів у військово-політичних цілях, блокуванням або контролем контенту, масовим виходом міжнародних брендів з ринків агресора, формуванням «інформаційних коаліцій» у межах стратегічних партнерств. Це ще раз підтверджує, що сучасна світова політика дедалі більше залежить не лише від військової чи економічної потуги держав, а й від того, хто і як формує інформаційний дискурс.

У зв'язку з цим набуває особливої актуальності роль акторів медійного простору у формуванні сучасної світової політики у контексті переосмислення класичних уявлень про владу, вплив і політичну суб'єктність; розробки ефективної інформаційної політики, протидії деструктивному впливу та формування стійких суспільств в умовах нової інформаційної доби.

Серед науковців аналізом трансформації постіндустріального суспільства на інформаційне займалися Р. Дарендорф, А. Етціоні, Д. Боулдінг, Г. Кан, С. Алстром, Р. Сейденберг, Д. Рисмен, Д. Белл, П. Друкер, Ж. Бодрійяр, Ж.-Ф. Ліотар, Ю. Хабермас, М. Маклюен та ін.

Наукові розробки в сфері політичних комунікацій здійснювали такі вчені, як П. Лазарсфельд, К. Ховланд, Ст. Липпман, З. Блек, Айві Лі, Е Бернейс, Дж. Най та ін.

Серед вітчизняних науковців, які здійснювали дослідження медійної складової сучасної світової політики є О. Пухкал, О. Чальцева, І. Рейтерович, М. Стадник, С. Телешун, С. Ситник та інші.

Мета та завдання роботи. Метою кваліфікаційної роботи є визначення ролі акторів глобального медійного простору в формуванні сучасної світової політики.

Для досягнення поставленої мети в дослідженні визначені наступні завдання:

- визначити медійну складову сучасної світової політики та роль ідеології в її формуванні;
- з'ясувати вплив розвитку інформаційного суспільства та цифрової нерівності на формування медійного простору в світовій політиці;
- виявити особливості формування медійної політики як інструмента інформаційної політики держави;
- виокремити специфічні характеристики політичної комунікації держави як суб'єкта глобальної медійної політики;
- обґрунтувати вплив недержавних акторів медійного простору на формування сучасної світової політики.

Об'єктом дослідження є медійний простір сучасної світової політики.

Предметом дослідження є актори медійного простору сучасної світової політики.

Теоретико-методологічна та інформаційна база дослідження. Методологічну основу роботи становить міждисциплінарний підхід, що

об'єднує концепти політології, міжнародних відносин, медіа-комунікацій, соціології та інформаційної безпеки. Теоретичну базу формують положення неореалізму та неолібералізму у міжнародних відносинах, теорія глобального управління, а також підходи до аналізу інформаційного суспільства та цифрової політики.

Для дослідження ролі медійних акторів як учасників формування світової політики було використано дискурс-аналіз, методи дедукції, індукції, синтезу, ідеалізації, формалізації, систематизації. Для аналізу взаємодії державних і недержавних акторів у медіапросторі застосовано порівняльний метод і метод кейс-стаді, зокрема щодо діяльності транснаціональних корпорацій, глобальних цифрових платформ і державних медіа.

Інформаційну базу склали офіційні документи міжнародних організацій (ООН, ЮНЕСКО, ЄС), національні законодавчі акти у сфері медіа та інформаційної безпеки, дослідження міжнародних аналітичних центрів (Bloomberg, S&P Dow Jones Indices, JUST Capital, LSEG, Sustainalytics, MSCI ESG Research, S&P Global ESG), а також публікації в академічних журналах, експертні аналітики, матеріали професійних конференцій і медіа-досліджень.

Практичне значення отриманих результатів. Теоретичні положення та висновки дослідження можуть бути впроваджені:

- у діяльності державних органів, що формують інформаційну політику, для розробки стратегій взаємодії з недержавними медійними акторами, протидії дезінформації та забезпечення інформаційної незалежності;
- в освітньому процесі за спеціальністю «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії» у закладах вищої освіти, зокрема під час вивчення дисциплін пов'язаних з міжнародною інформаційною безпекою, цифровою дипломатією, сучасними медіа в глобальному управлінні.

Апробація результатів дослідження була проведена на Всеукраїнському науково-практичному круглому столі «Стратегічні напрями зовнішньої політики та дипломатії країн світу» (Харків, 21 листопада 2025 р.), тема тез доповідей: «Особливості медійної складової цифрової дипломатії держав».

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, який налічує 86 найменувань. Загальний обсяг роботи становить 87 сторінок, з яких основного тексту 79 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ МЕДІЙНОГО ПРОСТОРУ В СУЧАСНІЙ СВІТОВІЙ ПОЛІТИЦІ

1.1. Медійна складова світової політики періоду становлення нового світового порядку

Науковці медійний простір розглядають як систему «взаємодії суб'єктів і об'єктів навколишнього середовища пов'язаних за допомогою взаємодії процесів виробництва і споживання відомостей» [1]. Медійне середовище становить повсякденний контекст нашого існування. Це комплекс умов, у межах яких функціонує медіакультура – сфера, що через канали масової комунікації пов'язує людину зі світом, забезпечує інформування, розвагу, поширення певних морально-естетичних орієнтирів, а також здійснює ідеологічний, економічний й організаційний вплив на оцінки, уявлення та поведінку громадян. Воно формує суспільну свідомість [2]. Медіа конструюють інтегрований інформаційний простір, основу якого становлять інформаційні потоки, і дедалі частіше саме цей простір стає визначальним у життєдіяльності людини [3]. Медійний простір – це сукупність інформаційних джерел, з яких одні люди беруть необхідну інформацію, а інші – ці джерела формують.

Відкрита система взаємин між виробниками та споживачами масової інформації охоплює ціннісний масив відомостей про функціонування та здобутки інститутів культури, мистецтва, релігії й науки. Медійний простір досить хаотична система духовно-ціннісної інформації, що пропонує відповідно до різних інтересів і потреб користувачів необхідне пізнавально-комунікативне середовище, вільне від жорстких обмежень та сприятливе для здійснення індивідуального соціального вибору. Медійному простору характерна матеріальна природа, його забезпечують різні технічні об'єкти – дисплеї, кабелі, передавачі, приймачі, сервери, які інтегровані в певні владні структури й галузі економіки. Проте медіапростору й характерна певна «незримість», «віртуальність» на відміну від реального життя та матеріальних потреб [2]. Медіапростір також включає в себе інформаційні ресурси, тобто

бази даних і банки даних; інформаційну та телекомунікаційну інфраструктури; систему захисту інформації та ін. [4].

Медійна політика є неодмінною умовою діяльності політичних суб'єктів. Стратегічні комунікації є, з одного боку, технічними каналами зв'язку з конкретними можливостями, з іншого боку, організованими суб'єктами з конкретними інтересами, установами з конкретними правилами і соціальною системою з конкретною функцією в суспільстві. Певною мірою з цим поняттям співвідноситься термін «медіатизація», що визначає процес становлення ЗМІ, нових медіа, як самостійного інституту сучасного суспільства з власною логікою, до якої повинні пристосовуватися інші соціальні інститути [5]. Медійна політика реалізується в медійному просторі сукупності суб'єктів, що взаємодіють в його межах і здійснюють прямий або опосередкований вплив на процеси, що відбуваються в ньому, за рахунок виробництва та поширення інформації, яка має істотний вплив на суб'єктів через різні інформаційно-комунікаційні канали. Медіапростір еволюціонував від традиційних видів друкованих ЗМІ до інтегрованих, стратегічних комунікацій, незмінно приймаючи форму тих політичних, економічних, соціальних і культурних структур, в межах яких він функціонує та розвивається. Медійний простір є найважливішим компонентом як глобального, так і національного інформаційного простору.

Особливість розгляду теорії структурного функціоналізму в межах медійної складової політичного простору полягає в тому, що акцент ставиться не на поняття структури політичної системи в цілому, а на одну з її підсистем: структуру організації медійної політики, політичних комунікацій та взаємодії учасників цього процесу. Наприклад, згідно з розробленими концепціями Т. Парсонса, важливо досліджувати не тільки самого актора, але і його діяльність в межах суспільства, вся система будується завдяки соціальним взаємодіям, де кожен з акторів володіє власними цілями, ідеями та установками [6]. Переосмислюючи позицію Т. Парсонса, зазначимо, що в інтернет-просторі вся система побудована на соціально-віртуальній взаємодії користувачів мережі,

кожен акаунт, подібно до особистості, має свої індивідуальні риси, власні цілі у використанні соціальних комунікацій завдяки специфіці інтернет-простору, де інформаційні повідомлення та потоки, здебільшого, не підвладні жорсткому контролю, зіткнення інтересів неминуче і вкрай необхідно вибудовувати певну культуру інтернет-спілкування. На противагу Т. Парсонсу, Р. Мертон стверджував, що система здатна нормально функціонувати тільки при нормах, що носять виключно позитивний характер, коли кожна частина системи є функціональною для всієї системи в цілому і коли всі інститути суспільства є малими атрибутами всієї системи, що ніяк не співвідноситься з політико-ідеологічними принципами функціонування стратегічних комунікацій сучасного світу [7].

Медійний простір сучасної світової політики формується під впливом рішень провідних країн Заходу, які кардинально змінюють принципові основи, на яких будувалася така політика протягом всіх останніх десятиліть [8]. Стає очевидним, що світ більше не буде колишнім.

З середини XX століття інтенсивність набирає четверта інформаційна революція. В її основі лежить практично необмежена в географії поширення електронна обробка інформації на основі застосування обчислювальної техніки, бурхливого розвитку телекомунікаційних технологій, супутникових і оптоволоконних систем зв'язку, перехід до повсюдного використання персональних комп'ютерів з їх масовим виробництвом починаючи з 1977 р. У 1986 р. американський історик і соціолог, професор комунікацій і соціології Анненберзької Школи комунікації при університеті Південної Каліфорнії Е. Р. Беніджер, відомий світовий авторитет у галузі досліджень технологічних та економічних витоків інформаційного суспільства, розробив концепцію п'ятисекторної моделі інформаційного суспільства [9]. Перший сектор – видобування матерії з навколишнього середовища для виробництва енергії. Другий – синтез енергії, матерії в більш організованих формах. Третій – інфраструктура розподілу матеріальних та енергетичних ресурсів в системі. Четвертий – паралельна інфраструктура збору, обробки та розподілу

інформації, яка є важливою для всіх живим систем з метою контролю над матеріальними потоками. П'ятий – соціальне програмування та колективне або оптимальне рішення з метою здійснення контролю. Інформація розуміється як найважливіший національний ресурс, що є окремим пріоритетним напрямком державної політики.

У сучасних умовах відбувається перехід до якісно нового етапу інноваційної економіки, індустрії 4.0. Найбільш важливим компонентом розвитку цивілізації стала інформаційна революція.

Інформаційно-комунікаційні технології виступають в якості основного засобу цивілізаційного прогресу, поєднуючи в собі одночасно і колосальне благо, і глобальні загрози, і абсолютно нові виклики (рис. 1.1).

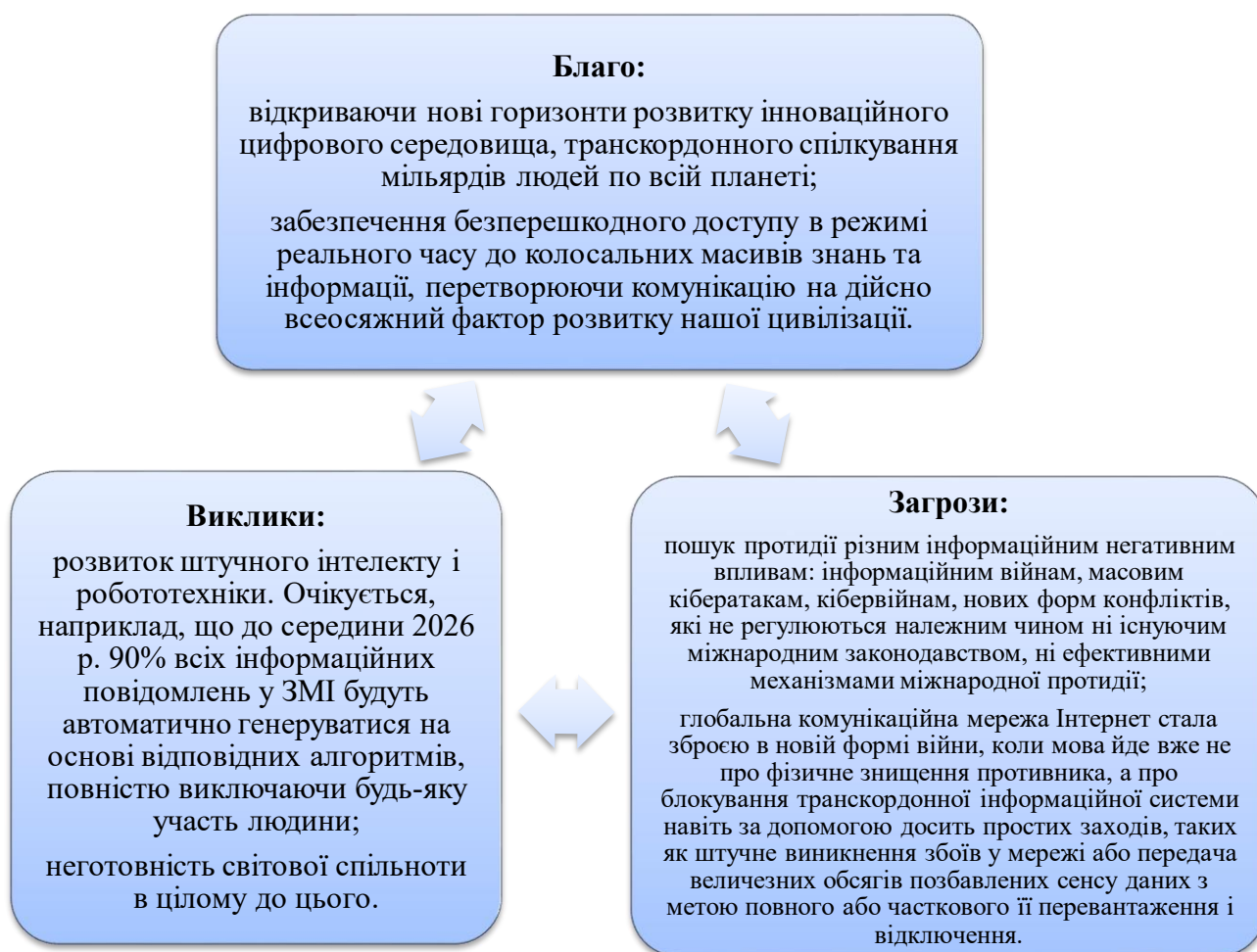


Рис. 1.1. Результати розвитку інформаційно-комунікаційних технологій в сучасному світі (складено автором за даними [10]).

Повномасштабне залучення сучасної держави до цілеспрямованого регулювання медійною політикою є, таким чином, історично закономірною, правомірною і необхідною для формування сучасного суспільства дією з метою удосконалення державного управління та утворення всеосяжного відкритого інформаційного простору в межах національної системи. У медійному просторі діджиталізується поняття довіри, і головне питання, яке стає основою будь-якої успішної комунікації в політичній сфері, в умовах якої технічний прогрес обумовлює нові межі етичних проблем, сьогодні звучить наступним чином – як саме створити алгоритм довіри? І в політиці, і в бізнесі третього тисячоліття істотно наростає серйозна внутрішня суперечність між основоположними для комунікації принципами об'єктивності та достовірності і головними функціональними завданнями медійної активності [10].

Для бізнесу це максимізація прибутку, що отримується від діяльності комерційної структури. Для політики – формування громадської думки, що відповідає потребам влади, включаючи завдання державної інформаційної політики як управлінської функції сучасної держави з управління суспільною свідомістю.

Перехід в епоху цифрових інноваційних технологій пов'язаний з певним відставанням усвідомлення майбутніх, а в низці випадків, вже існуючих докорінних змін у житті суспільства під впливом четвертої промислової революції в найрізноманітніших галузях [11].

Спостерігається дисбаланс у бік свідомої дезінформації, постправди, формування псевдореальності медійними засобами як методу ідеологічного супроводу внутрішньої і зовнішньої політики країн світу.

Відбувається революційне переосмислення багатьох традиційних класичних принципів, норм і механізмів здійснення комунікаційної діяльності в національному та транскордонному масштабах. Напрацювання, що мають місце, носять суто прикладний характер і активно використовуються політичними структурами країн.

Виходячи з різних методик підрахунку, у світі близько 300 урядів, 82 тис. транснаціональних корпорацій з 810 тис. іноземних філій, 250 міжурядових організацій, близько 6 тис. міжнародних неурядових організацій. Найбільші транснаціональні суб'єкти значно більші за багатьма параметрами, ніж деякі країни світу. Десятки найбільших ТНК і ТНБ мають річний дохід від продажів, що перевищує ВВП близько 130 членів ООН. Багато неурядових організацій, особливо профспілки та ті, що займаються проблематикою в сфері прав людини, прав жінок і навколишнього середовища вимірюються мільйонами членів; в той час як 40 з 193 країн Організації Об'єднаних Націй мають населення менше одного мільйона [11].

Всі ці актори медійного простору світової політики відіграють регулярну роль у глобальній політиці та взаємодіють з урядами. З одного боку, внаслідок того, що держави більше не розглядаються в сучасній західній науковій думці як однорідні взаємопов'язані суб'єкти, вони повинні аналізуватися як відкриті системи, що мають безліч каналів для урядового та транснаціонального зв'язку з усіма іншими міжнародними системами. Недержавні актори, у свою чергу, не підміняючи державу і не займаючи її ролі ключового, центрального актора міжнародних відносин, відіграють дедалі більшу роль у світовій політиці, особливо в її медійній складовій. Відбувається масштабне посилення процесу взаємного впливу державних і сукупності всіх інших недержавних акторів світової політики.

Зростання чинника активної медійної присутності недержавних акторів у світовій політиці не веде до скасування базових критеріїв, пов'язаних із значущістю понять національного суверенітету та інформаційного суверенітету як його невід'ємної складової частини, наявності національних інтересів у медійній політиці та політичній / зовнішньополітичній комунікації. Модель медійного вибору, зроблена засобами масової інформації при висвітленні подій, обумовлюється змінними пріоритетами в політичних порядках денних, що визначаються саме державами.

Медійна складова світової політики формується багатоваріантним впливом на неї різних акторів: провідну роль у визначенні інформаційного порядку денного можуть відігравати уряди; другорядну, з ціннісно-світоглядних позицій – соціальні мережі, засоби масової інформації, неурядові організації, ТНК та інші недержавні актори. Сфера ідей впливає не тільки на порядок денний, але й на політичні результати сучасної світової політики.

С. Блек підкреслював, що зазначена проблема вирішується поняттям двох комунікаційних світів: перший – це теорія комунікації, яка в різних країнах однакова; другий – практика, яка значно більшою мірою залежить від чинників, ділових традицій, мови, культури та релігії [12].

Відбувається взаємна конвергенція медійної політики, політичної комунікації та політичної дії, на практиці з'являється ідентичність понять політики та комунікації або комунікації як медійного ресурсу здійснення політики. Розуміння світових політичних процесів, досягнення результативності дій в межах світової політики, ефективна зовнішньополітична активність в сучасній системі міжнародних відносин багато в чому є наслідком вибудовування акторами медійної політики комунікаційної активності в глобальному, регіональному та національному масштабах, яка відповідає національним інтересам її організаторів і є адекватною за своїми технічними та змістовними параметрами вимогам часу.

1.2. Ідеологія як складова медійного простору сучасної світової політики

Ідеологія відіграє важливу роль у сучасних міжнародних відносинах. До кінця XX століття розвиток теорії міжнародних відносин через призму проблематики, пов'язаної з глобальними ідеологіями сучасності, призвів до переосмислення дисциплінарних основ аналізу міжнародних відносин, до появи важливих нових напрямків таких досліджень. Як окремий предмет наукового вивчення, ідеологічний аналіз міжнародних відносин та світової політики ще

перебуває у стадії становлення, інституційного оформлення в окремий напрямок наукового осмислення процесів, що відбуваються на світовій арені. Фрагментарний характер міжнародних відносин та світової політики як наукової дисципліни зумовив формування у західній науковій думці п'яти різних парадигм ідеологічного аналізу: аналітичної, історичної, філософської, критичної та рефлексивної. Всі вони не є взаємовиключними категоріями, демонструючи подібність у цілій низці аспектів. Ці парадигми представляють різні підходи до дослідження всередині самої наукової дисципліни, в межах яких ідеологічні поняття та категорії піддаються теоретичному дослідженню [13], виходячи з розуміння ідеології як науки про ідеї, специфічної форми соціальної чи політичної філософії, системи ідей, яка намагається як пояснити світ, так і змінити його.

Світова політика та міжнародні відносини ХХІ століття все більше схильні до впливу ідеології, ніж це мало місце у всі попередні періоди історичного розвитку. Значного впливу у зовнішній політиці набули стратегії з просування цінностей, і навіть політика, (декларативно) заснована на цінностях, а потім – на інтересах. Європейський Союз у Лісабонському договорі, зокрема, вніс у свої статутні документи фундаментальне за значимістю положення про те, що ЄС проводить політику, засновану на цінностях [14].

Зв'язок політичної ідеології з державною владою незалежно від характеру політичної системи не поступається, інколи перевищує політичну практику ХХ ст. Ідеологія остаточно затверджується у світовій політиці та міжнародних відносинах як інструмент політичної влади їх ключових акторів, які активно використовують інноваційні технології та креативні практики ідеологічної політики як ефективні засоби здійснення зовнішньополітичної діяльності та формування медійного простору. Відбувається і відоме коригування зовнішньополітичних доктрин США та окремих провідних країн Заходу щодо реальних меж можливого, коли експорт ідеології використовується як здійснення світової політики.

В опублікованій у 2007 р. у США та Канаді фундаментальній праці

«Теорія міжнародних відносин у ХХІ столітті» вчених із дев'яти провідних західних університетів у центр уваги поставлено осмислення феномену світогляду як основи сучасної теорії міжнародних відносин [15]. Під світоглядом у цьому контексті розуміється широке тлумачення світу та застосування цього погляду до того, як оцінюються і як слід оцінювати діяльність та структури, що формують світ.

Для того, щоб визнати важливість ідейного світогляду як «перспективи перспектив» у світовій політиці, західна наукова спільнота пройшла через дуже цікавий історичний період перманентного заперечення ролі ідеології у світовій політиці та міжнародних відносинах. Починаючи з 1950-х років, політологи в Сполучених Штатах періодично оголошували про настання чергового кінця політичної ідеології на Заході. Як правило, великі системні потрясіння у світовій політиці нового часу часто супроводжувалися у тій чи іншій формі проголошенням кінця ідеологій. У 1955 р. на початку «холодної війни» та біполярності Р. Арон у своїй книзі «Опіум інтелектуалів» передбачив швидке закінчення ідеологічної епохи [16].

Починаючи з 70-х років на тлі, що мала широке поширення в західній політичній та науковій думці ідеології функціонального лібералізму, яка виходила з важливості економічної інтеграції, транснаціональних взаємозв'язків та зростання ролі у світовій політиці та міжнародних відносинах недержавних акторів, найвизначніший представник школи неолібералізму та транснаціоналізму Р. О. Кохейн розвиває ліберальний та раціоналістичний підхід до ідеології у зовнішній політиці, аналізуючи її можливий вплив на міжнародну безпеку, та впроваджуючи методику вивчення міжнародних відносин через ліберально-конструктивістську концептуалізацію політичних ідей [17]. Ґрунтуючись на аналізі таких понять, як «світогляд», «моральні норми» або «принципи», розкриває їх роль у діяльності політичних інститутів та у політичних перетвореннях у світовій політиці та міжнародних відносинах з позицій аналізу причинно-наслідкових зв'язків, що впливають на стратегії у ситуаціях невизначеності чи втілення [18].

У 1993 р. З. Хантінгтон, ґрунтуючись на неореалістичних підходах до дослідження світової політики на противагу ліберальному підходу Ф. Фукуяма, публікує хрестоматійну книгу «Зіткнення цивілізацій», в якій аналізує лінії розлому як причини виникнення прогнозованих конфліктів в епоху після «холодної війни» [19].

Основна критика поглядів Ф. Фукуяма та С. Хантінгтона зводиться до наступних центральних тез. Окремі аспекти парадигми безперечні (національні держави залишаються наймогутнішими акторами світової політики та міжнародних відносин), але багато ідей, як би це не заперечували ні Ф. Фукуяма, ні З. Хантінгтон, носять ідеологічний характер.

Всесвітня історія свідчить, що зовнішня політика ключових акторів міжнародних відносин завжди ґрунтувалася на певній ціннісно-світоглядній ідейній системі базових уявлень про мир та їх місце у ньому. М. Х. Хант, провідний американський вчений у галузі міжнародних відносин та міжнародної історії США стверджує: ідеологія є послідовним орієнтиром зовнішньої політики США [20]. Зовнішня політика набула форми у тому числі ідеологічної боротьби / конкуренції / протиборства / суперництва, трансформувавши традиційні системи переконань, включаючи релігію, у конкуруючі політичні програми, заповнюючи таким чином політичний медійний простір країни.

У самих ліберальних державах антиліберальні популістські сили праворуч і ліворуч поступово збільшували свій вплив і в результаті дійшли влади в США з обранням на пост президента Д. Трампа, формували британську внутрішню та зовнішню політику від часу референдуму з Брекситу, граючи дедалі значнішу роль у політичному житті провідних країн Західної Європи. Ідеологія утопії в її сучасній формі політичного популізму явно перебуває на підйомі, представляючи все більш серйозну загрозу майбутньому ЄС. Таке «відродження» ідеологічної боротьби стає фактором наступного кінця ліберального світового порядку [21].

У ХХІ столітті ідеологічне мислення перебуває у стадії переходу від чітко

сформульованих на основних принципах ідеологій до ідеологій, які запозичили основні базові принципи, але використовують широку багатоваріантність їх трактування. Значно зросла різноспрямована критика ліберальної ідеології. У рамках такої мобілізації критики лібералізму еволюціонує процес подальшого оформлення ідейних ресурсів решти світових ідеологій з урахуванням реалій світового розвитку нашого часу. Слід зазначити не лише про збереження, але й про посилення впливу релігії на ідеології, що визначають характер дій акторів світової політики (війни на релігійній основі в Африці, протиріччя шіїтів і сунітів Ірану та Саудівської Аравії, Туреччини та ряду інших країн; протистояння християн і представників ісламу в Азії, конфлікт Індії та Пакистану і т.д.) [22].

Останнім часом дедалі активніше вивчається проблематика впливу процесів глобалізації на еволюцію світових ідеологій. Висунуто гіпотезу про початок процесу переходу всіх ідеологій від національної основи до глобалізованої. З посиланням на доктрину Клінтона, використану американськими ідеологами для військової інтервенції США та НАТО на території Югославії під приводом захисту американських цінностей та інтересів у всьому світі розгортається дискусія з принципового питання: чи є глобалізація ідеологією [23].

Центр уваги зміщується при цьому з питань конкуренції між різними ідеологіями у просуванні їхньої політичної концепції міжнародної безпеки та загальним дискурсом про її форми та сутність у бік наукової розробки найбільш ефективних інноваційних методик застосування інформаційно-комунікаційних технологій використання проблематики безпеки в інтересах реалізації внутрішньої політики владними структурами, в тому числі національної громадської думки образу зовнішнього ворога. Інший вектор досліджень полягає у пошуку оптимального, найбільш прийнятного для інститутів влади та суспільства, балансу між забезпеченням національної безпеки та обмеженнями у її інтересах громадянських свобод. Основне питання полягає в тому, якою мірою основні свободи мають бути утиснені в поняття національної безпеки.

Це питання, яке вже порушувалося в історії США і привело свого часу до зловживання виконавчою владою громадянських свобод у політичних кон'юнктурних цілях. У 1798 р. Конгрес з ініціативи президента Д. Адамса прийняв «Акти про інопланетян і бунти», наділивши президента правом обмежувати свободу слова, депортувати або садити у в'язницю «прибульців», а також ускладнити отримання громадянства США мігрантами. Реальною метою актів було обмеження влади політичного суперника Д. Адамса – Т. Джефферсона, якого підтримувала більшість жителів країни, які нещодавно отримали громадянство США. Проблематика співвідношення загальнолюдських цінностей, національних інтересів, державного суверенітету, базових цінностей сформованих у національних кордонах спільнот людей повинна бути пріоритетним питанням державної світової політики.

Таким чином, ідеологія відіграє ключову роль у формуванні змісту та спрямованості медійного простору, впливаючи на інтерпретацію подій, створення образів «свого» й «чужого», а також на легітимацію політичних рішень. У сучасній світовій політиці медіа виступають не лише каналом передачі інформації, а й інструментом ідеологічного впливу, який формує суспільну думку та впливає на глобальні політичні процеси.

1.3. Інформаційне суспільство та цифрова нерівність як чинник формування медійного простору в світовій політиці

На початку XIX ст. де Сен-Сімон, під впливом французької революції, передбачав новий тип суспільства, яким керували промисловці, технократи та вчені, які втілювали нові принципи індустріалізації та наукового прогресу та приносили користь суспільству. Пізніше ці погляди зробили безпосередній вплив на дискусії про інформаційне суспільство.

Інформаційне суспільство задає функціональні рамки та ціннісно-світоглядні орієнтири діям основних акторів світової політики. У політичній сфері першочергова увага приділяється питанню про розподіл влади,

врегулювання конкуруючих потреб і конфліктів. У суспільстві знань питання політичної керованості є центральним і обговорюється з 70-х років XX ст. Сформовано уявлення, що завдяки вибуховому зростанню знань політичні діячі все більше залежать від спеціальних знань експертів, аналітиків та професійних консультантів, за допомогою яких політичні рішення набувають своєї легітимності, тим самим обмежуючи можливості для маневру політиків [24].

Окремою темою є визнання не лише збереженого, а й збільшення цифрових розривів між країнами «колективної» Півночі та Півдня, що збільшується за низкою ключових напрямків, чого не повинно бути в процесі становлення інформаційного суспільства. Такий цифровий розрив спостерігається не лише за кількістю та щільністю інтернет-провайдерів, хостів, підключених до глобальної телекомунікаційної мережі, частки окремих користувачів у мережі, коефіцієнтів розповсюдження Інтернету та кількості організацій з виділеними лініями зв'язку. Країни «колективної Півночі» у порівнянні з державами «колективного Півдня» займають лідируючі позиції у розробці «медійного порядку денного» та визначенні стратегії розвитку інформаційного суспільства, є ключовими гравцями не тільки в секторі ІКТ, але й у розробці правил і політики щодо засобів масової інформації, нових медіа, ведуть наукове опрацювання питань інформаційного суспільства, розумового лідерства в секторі розробки, виробництва та застосування передових інформаційно-комунікаційних технологій та створення донорських програм для ініціатив у даній галузі в країнах «колективного Півдня».

Сім із восьми найбільших корпорацій у всьому світі з ринкової капіталізації є підприємствами Інтернету та управління даними. Ця ринкова капіталізація географічно консолідована, близько 90% капіталу в платформному бізнесі належить компаніям, що базуються в США та Китаї [25]. Велика кількість країн, що розвиваються, має порівняно слабкі національні науково-технічні системи. Кількісний дисбаланс знань між Північчю і Півднем обумовлений значною мірою диспропорціями комунікаційних потоків. Така невідповідність виражається, як правило, в односпрямованих відносинах, в

яких країни третього світу зазнають непропорційно сильного впливу селективної інформації із західних метрополій, хоча в цілому становлять переважну демографічну частку населення світу.

Одностороння орієнтація таких інформаційних потоків є відображенням переважаючих у світі політичних та економічних структур, які вдосконалюють або збільшують залежність бідних від багатих країн [26]. Незбалансованість джерел інформації, структурна концентрація новинного відбору та розповсюдження слідує за економічними та політичними структурами влади, при цьому основні комунікаційні потоки визначаються домінуючими західними інформаційними агентствами, які формують міжнародний порядок денний і, як наслідок, змушують більшість країн, що розвиваються, до статусу суто інформаційних споживачів.

У 2020 р. Конференція ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД), підбиваючи підсумки за 15 років з дня проведення Всесвітньої зустрічі на найвищому рівні з питань інформаційного суспільства, з жалем констатувала, що нинішня парадигма, як і раніше, заснована на певному технічному детермінізмі, зосередженому на розвитку ІКТ як таких, а не на більш узгодженому підході, що враховує основні потреби та права, які слід заохочувати і зміцнювати. Зазначено, що з точки зору прав людини основне питання при розробці нормативної бази для інформаційного суспільства має полягати не тільки в тому, як запобігти загрозам правам людини, що створюються ІКТ, а й у тому, щоб визначити метод забезпечення всіх прав людини на основі підтримки нових технологій [27].

Організація Об'єднаних Націй та інші міжнародні установи мають грати, поряд з урядами, підприємствами та іншими зацікавленими сторонами, вирішальну роль у зусиллях щодо досягнення результатів Всесвітньої зустрічі, їх інтеграції з Цілями сталого розвитку, затвердженими всіма країнами-членами ООН, як всеосяжні рамки для вирішення глобальних проблем розвитку в період до 2030 року. У представленому ЮНКТАД аналізі ситуації з розвитку інформаційного суспільства звертається увага на низку внутрішніх протиріч,

що виникають через зростаючу невідповідність між декларованими цілями і закликами до світової спільноти та реальним станом справ.

Генеральна Асамблея ООН у 2025 р. у десятирічному огляді підсумків Всесвітньої зустрічі на найвищому рівні з питань інформаційного суспільства ухвалила рішення провести додатковий огляд після двадцяти років у 2035 р. У ретроспективі аналізу еволюції інформаційного суспільства та можливих прогнозів його подальшої трансформації ЮНКТАД заявила про неможливість ізольованого розгляду проблематики інформаційного суспільства від глобального розвитку в рамках комплексного підходу до розвитку людського потенціалу, сталого розвитку ООН. Особливо акцентувалося положення про те, що Організація Об'єднаних Націй відіграє вирішальну роль у спостереженні за розвитком інформаційного суспільства, підтримуючи уряди та інші зацікавлені сторони в їх зусиллях з максимального використання вигод для сталого розвитку та мінімізації ризиків, пов'язаних з використанням та неправильним використанням ІКТ, і включення до Порядку денного суспільства, що розвивається в інформаційному просторі, де пріоритетом є орієнтація на інтереси та потреби людей, окремий підхід до кожного члена. Усі структурні складові ООН повинні брати участь в такому розвитку, поряд з іншими міжнародними установами, урядами, підприємствами та іншими суб'єктами [27].

Передбачалося, що двадцятирічний огляд Всесвітньої зустрічі на найвищому рівні з питань інформаційного суспільства у 2025 р. дасть змогу підбити підсумки досягнутих результатів з 2005 р. і налагодити більш тісне співробітництво між урядами та зацікавленими сторонами з метою забезпечення того, щоб інформаційне суспільство продовжувало робити значний внесок у розвиток людського потенціалу, в якому жодна країна і ніхто не залишився позаду.

Безперечно, всі заявлені ЮНКТАД напрями осмислення нинішнього стану та ймовірних перспектив розвитку інформаційного суспільства стануть предметом далеко не однозначної, не заданої на перспективу різновекторної

полеміки між представниками країн Півночі та Півдня, державами, що підтримують курс на трансформацію однополярного світу в багатоцентричний, великим ІТ-бізнесом та національною державною владою тощо [27].

Колосальні темпи комерціалізації та монополізації інформаційно-комунікаційної сфери не тільки перетворили інформацію на самостійну економічну власність з високим рівнем доданої вартості, а й з початку 2000-х рр. трансформували глобальні компанії, що контролюють інтернет-трафік та соціальні мережі (Google, Facebook, Twitter) у засоби фактичного контролю транскордонної медійної сфери, у ряді випадків набагато ефективніші, ніж дії окремих національних держав, не кажучи вже про практично відсутнє міжнародне регулювання в цій галузі. Конвергенція інновацій в галузі інформатики, телекомунікацій та аудіовізуальних технологій дозволила об'єднати раніше розділені промислові галузі (обладнання, комп'ютери, програмне забезпечення, оператори телекомунікацій, постачальники доступу, супутникова та кабельна інфраструктура, платформи послуг, виробники контенту). Цей зсув продовжується сьогодні з розвитком штучного інтелекту, інтернету речей та технологій великих даних.

Таким чином, початкова утопія щодо соціальної інформаційної значущості Інтернету, а потім і уявлення про його демократизацію з широкою і децентралізованою участю всіх зацікавлених у безперешкодному транскордонному русі інформації як форми знань, не витримала конкуренції з глобальними ринковими ІТ-компаніями [28].

Інформаційне суспільство формує нові умови для функціонування медійного простору, однак водночас посилює проблему цифрової нерівності між державами, що безпосередньо впливає на їхню здатність формувати та транслювати власний інформаційний порядок денний на глобальному рівні. Країни з розвиненою цифровою інфраструктурою мають значно ширші можливості для впливу на міжнародну аудиторію, тоді як держави з обмеженим доступом до цифрових ресурсів залишаються на периферії медійного впливу.

Висновки до розділу 1

Сучасна медійна політика відіграє ключову роль у формуванні глобального політичного простору, стаючи не лише інструментом комунікації, а й механізмом управління суспільною свідомістю.

У період становлення нового світового порядку медійна складова світової політики трансформується з інструменту супроводу державної комунікації на ключовий механізм формування, реалізації та легітимації політичної дії. Вона стає багатофункціональним ресурсом, що об'єднує політичні, економічні, технологічні та культурні чинники у складному середовищі глобальної взаємодії. У нових умовах медіа більше не просто віддзеркалюють реальність, а конструюють її, створюючи інформаційні світи, в яких формуються довіра, підтримка та опір.

Із розвитком цифрових технологій, соціальних мереж і алгоритмічних моделей поширення інформації зміщується фокус із традиційних засобів масової інформації до гібридних каналів комунікації, де вирішальне значення набувають контент, довіра і репутація. У зв'язку з цим відбувається переосмислення понять суверенітету, національних інтересів, джерел легітимної інформації та ролі держави у регулюванні інформаційного простору.

Водночас дедалі більшого значення набуває здатність держави й інших акторів ефективно адаптуватися до викликів четвертої промислової революції, забезпечуючи інформаційну безпеку та суверенітет у межах дедалі складнішого глобального інформаційного середовища. Саме в такому контексті формуються нові концептуальні та практичні засади медійної політики, яка є не лише реактивною, але й проактивною, спроможною відповідати динаміці цифрової доби та забезпечувати сталий розвиток інформаційного суспільства в умовах багатополярного світу.

Потужним інструментом формування, легітимації та реалізації зовнішньополітичної стратегії ключових акторів міжнародних відносин у сучасних умовах є ідеологія. Еволюція наукового підходу до ідеології – від

заперечення її ролі у світовій політиці до визнання її конститутивного значення – засвідчує глибину її впливу на глобальні політичні процеси.

Ідеологія дедалі активніше визначає характер міжнародної взаємодії, слугує основою для побудови зовнішньополітичних доктрин, заповнює медійний простір і формує уявлення суспільств про геополітичну реальність. У XXI столітті вона набуває нових форм, поєднуючи класичні парадигми з викликами цифрової епохи, глобалізації та трансгуманізму, а також стає ареною боротьби за ціннісне лідерство у світі. Таким чином, ідеологічний вимір не просто супроводжує, а визначально структурує медійний дискурс і зовнішньополітичні практики сучасності.

Медійний простір нерозривно пов'язаний також з розвитком інформаційного суспільства, яке задає нові параметри глобальної комунікації, політичної участі та економічного розвитку. Водночас посилення цифрової нерівності між державами Півночі та Півдня, зумовлене нерівним доступом до ІКТ, знань і медіаресурсів, створює суттєві виклики для забезпечення справедливого і збалансованого глобального інформаційного порядку. Домінування транснаціональних корпорацій, монополізація інформаційних потоків, нерівномірне поширення технологій та слабка інституційна спроможність країн, що розвиваються, не лише обмежують їхню медійну суб'єктність, а й поглиблюють залежність від глобальних центрів впливу. Сучасні тенденції вимагають перегляду існуючих підходів до цифрового розвитку та міжнародного регулювання з акцентом на інклюзивність, права людини та справедливий доступ до знань. Без подолання цифрового розриву інформаційне суспільство залишатиметься простором нерівності, що репродукує існуючі дисбаланси замість сприяти їх подоланню.

РОЗДІЛ 2

ДЕРЖАВА ЯК АКТОР ФОРМУВАННЯ МЕДІЙНОЇ РЕАЛЬНОСТІ СВІТОВОЇ ПОЛІТИКИ

2.1. Медійна політика як інструмент інформаційної політики держави та захисту інформаційного суверенітету

Держава є центральним актором світової політики. Медійна політика держави є визначальним фактором медійного виміру світової політики. У контексті цього дослідження аналіз медійної політики держави як головного актора міжнародної взаємодії доцільно розпочати з інформаційної політики.

У вітчизняній та зарубіжній науковій літературі даються різні визначення державної інформаційної політики, проте принципових розбіжностей у підходах до визначення її суті немає. Політику в сфері інформаційних відносин потрібно розглядати як спрямовані взаємні дії в площині політичних відносин, правового забезпечення, організації державної діяльності на основі загальних принципів роботи медіа на користь стабільного розвитку суспільства через формування певного інформаційного простору та задоволення потреб суспільства у доступі до повноцінної та достовірної інформації.

Регулююча функція управління громадською свідомістю визначається поняттям «комунікаційна політика», останнім часом дедалі частіше вживається термін «медійна політика» [29].

Діяльність держави у сфері інформаційної політики, інформаційна взаємодія між владою та її електоратом, інформаційне забезпечення всередині країни та за кордоном державної політики завжди буде залежною від її форми правління – парламентської, монархічної, президентської тощо. Інформаційна політика як процес комплексної двосторонньої комунікації влади та суспільства, як найважливіший канал формування масової свідомості, інформування громадян про діяльність органів влади, поширення офіційної позиції з усього спектра питань внутрішньої та зовнішньої політики має мати ідеологічний характер. Події сьогоденних днів, а також історичний досвід усіх форм державності, що існували раніше, однозначно підтверджують даний факт

– державна інформаційна політика є і завжди буде інструментом політичного впливу, засобом досягнення політичних цілей держави. Саме інформаційні процеси лежать в основі зовнішньої та внутрішньої політики, зовнішньо- та внутрішньополітичного життя будь-якої країни, сучасного суспільства в цілому.

Конституції більшості країн не допускають наявності офіційної державної ідеології. Однак ніхто і ніщо в реальності не в змозі перешкодити ідеологізації інформації протягом її життєвого циклу від практики селективного підбору інформації, залучення різних форм її конструювання та обробки, прийомів подачі, розповсюдження та тиражування, програмування форм сприйняття, аж до застосовуваних механізмів її приховування, архівації. Питання в іншому, чи відповідає державна пропаганда національним інтересам, інтересам суспільства в цілому і чи переслідує вона справді конструктивні цілі?

Інформаційна політика – державна, недержавна, класова в минулому, завжди ідеологічно орієнтована, є складовою впливу ідеології та інструментом забезпечення політичних цілей через вплив комунікації та інформації на усвідомлення людей з метою формування відповідних національних інтересів ідеологічної, політичної, економічної, соціальної та будь-якої іншої суспільно значущої системи, що впливає на сприйняття масовою громадською думкою політики держави. Термін «національні інтереси» стосовно методології формування національної інформаційної політики використовується зовсім на випадково у протилежність поняттю «державні інтереси». Всесвітня історія знає чимало прикладів явного протиріччя інтересів конкретної форми державного устрою національним інтересам суспільства загалом. Наочним прикладом є нацистська держава періоду третього рейху, інтереси якого суперечили життєвим національним інтересам Німеччини та її народу [30].

Державна інформаційна політика одна з найважливіших регулюючих управлінських функцій сучасної суверенної держави. Інформаційна сфера є ключовим системотворчим фактором функціонування суспільства і самої держави, реалізується шляхом ефективного державного регулювання

інформаційної сфери. При цьому держава виступає одночасно і об'єктом, і суб'єктом інформаційної політики. Завдання побудови інформаційного суспільства як основи соціально-економічного, політичного та культурного розвитку за допомогою інструментарію державної інформаційної політики цілеспрямовано та послідовно реалізується всіма державами цивілізованого світу на основі короткострокових, середньострокових та довгострокових цільових програм. В першу чергу це стосується «Великої сімки» і держав-членів ЄС. У Євросоюзі вже кілька десятиліть діють спеціальні рекомендації Комісії Європейського співтовариства з формування інформаційного суспільства. США, Канада, Великобританія, Франція, ФРН, Італія та Японія спільно працюють над створенням глобальної інформаційної інфраструктури. Створення єдиного інформаційного простору визнано однією з пріоритетних проблем та інших розвинених країн світу [30].

Державна інформаційна політика індустріально розвинених країн на сучасному етапі переважно зводиться до завдань регулювання ринку інформаційної продукції та послуг за допомогою заохочення динамічної конкуренції та боротьби з монополізацією даної сфери, сприяння залучення в неї приватних інвестицій, встановлення гнучких умов державного регулювання, забезпечення доступу до національної інформації, забезпечення прав та технічних культур мови, протидії культурній експансії; визнання та обліку відмінностей, включаючи культурну та лінгвістичну різноманітність; рівні можливості для всіх громадян у праві на забезпечення відкритого доступу до мереж та універсального доступу до інформаційних послуг; охорони інтелектуальної власності та боротьби з піратством на ринку інформаційної продукції та послуг, а також забезпечення інформаційної безпеки. Світовий досвід свідчить про те, що до компетенції держави входить формування комплексної концепції стратегії національної інформаційної політики, в якій визначаються основні контури інформаційного розвитку держави та суспільства, розробляється нормативна база та організаційно-технічний інструментарій діяльності державних органів у сфері забезпечення

інформаційної безпеки, управління інформаційними потоками та ресурсами, різнорівневими та високошвидкісними телекомунікаційними мережами зв'язку; завдання комплексного розвитку інформаційної інфраструктури від наукових досліджень до впровадження передових інформаційних технологій та їхньої належної комерціалізації; форми сприяння формуванню чи прямої участі держави на національному ринку інформаційної продукції та послуг.

У сучасному світі, схильному до множини факторів процесів глобалізації, поряд з класичним поняттям суверенітету формується принципово новий вид «території» - глобального інформаційного простору, що зумовлює необхідність теоретичного та практичного вивчення поняття «інформаційний суверенітет». Під «інформаційним суверенітетом» прийнято розуміти «...верховенство та незалежність владних структур при формуванні та забезпеченні інформаційної політики в державному сегменті та інформаційному глобальному просторі» [31]. Виходячи з цього визначення, «інформаційний суверенітет» включає будь-які компоненти, пов'язані з інформаційною сферою держави; представляє стійкість держави до інформаційної війни у будь-яких її проявах; визначається як можливість держави контролювати інформаційні потоки, як засіб контролю держави за своєю інформаційною сферою та її захист від загроз.

Деякі вчені окремо в інформаційному суверенітеті виділяють компонент культурного суверенітету. Так, наприклад, китайський дослідник Ван Хунін під «культурним суверенітетом» розуміє право і можливість протистояння зовнішньому впливу, а також розвиток та збереження національної культури [32].

Посилання на інформаційний простір містяться в міжнародно-правових актах, наприклад, в Окінавській хартії глобального інформаційного суспільства (2000 р.), у Конвенції про злочинність у сфері комп'ютерної інформації (2011 р.). У межах роботи урядової групи експертів 68-ї сесії Генеральної Асамблеї ООН (2013 р.) було погоджено, що суверенітет держави поширюється на поведінку держав під час їх діяльності, пов'язаної з інформаційно-комунікаційними технологіями, так само як і на юрисдикцію держав над ІКТ –

інфраструктурою на їх території (п. 2). Ці положення були доповнені групами урядових експертів у межах 70-ої сесії Генеральної Асамблеї ООН (2015 р.): по-перше, держави мають юрисдикцію над інфраструктурою ІКТ, яка розташована на їхній території; по-друге в процесі самого використання такої інфраструктури держави зобов'язуються дотримуватися принципів міжнародного права, у тому числі принципу державного суверенітету, суверенної рівності, а також принципу вирішення спорів мирними засобами, принципу невтручання у справи інших держав. Іншими словами, прямо виражена позиція ООН щодо застосування принципів міжнародного права до діяльності з використання державами інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ).

Можливість втручання в інформаційний суверенітет держави досі є предметом гострих політичних та наукових дискусій. Передбачається, що суверенітет забезпечується військовою силою незалежних держав та інструментами традиційної дипломатії. Проте в основі будь-якої системи лежить комунікація, система міжнародних відносин та світова політика не є винятком. Характер передачі впливає стан системи загалом, а етапи еволюції системи відрізняються різною роллю, яку грає у ній інформація.

Сучасна міжнародно-політична структура починає визначатися впливом на міжнародні відносини великих «центрів сили» з інтересами, що не збігаються, при визначальній ролі США [33]. Проте, крім військово-політичного та економічного, з'являються інші форми лідерства, насамперед у сфері інформаційно-телекомунікаційних технологій. З'являється класифікація порушення суверенітету та територіальної цілісності на пряму (військові інтервенції) та непряму, що здійснюється за допомогою кібератак, інформаційних та пропагандистських кампаній, діяльності розвідки, консультантів та інструкторів тощо. За своїми результатами ці дії часто рівноцінні прямому військовому втручання.

Роль інформації у багатополлярному світі, в якому здійснюється «взаємне бомбардування інформацією», підпорядковується теорії ідентичності, яка

набуває розвитку в ідеях конструктивістського підходу у міжнародних відносинах. Вибір моделі поведінки щодо іншої держави визначається тим, наскільки схожими є їхня ідентичність.

Однак це сприйняття легко піддається маніпуляціям навіть з допомогою малих впливів, як-от газетні статті, де зображується інша країна у тому чи іншому світлі. Новими акторами стають ще й «глобальні» ЗМІ, спрямовані на аудиторію, розкидану по світу. Інформаційно-комунікаційні технології стають каталізатором трансформації міжнародних відносин.

Інформаційний суверенітет, як нова форма суверенітету держави, стає найважливішим компонентом забезпечення державного суверенітету в класичному його розумінні. Прийнято виходити з чотирьох основних етапів еволюції концепції захисту інформаційного суверенітету. У країнах Заходу такий процес відноситься до 80-х років XX століття; «застрявання» на цьому етапі робить характерною відмінність між розвиненими країнами та країнами, що розвиваються: країни, що розвиваються, вбачають загрозу своєму суверенітету в неконтрольованих потоках інформації, а розвинені, навпаки, бачать у цьому інструмент зміцнення їх суверенітету [34]. Умовно другий етап розвитку концепції пов'язаний із розглядом вже безпосередньо самого Інтернету як загрози національному суверенітету. Третій етап обумовлений залученням величезної кількості користувачів у глобальну мережу та розміщенням у ній колосального масиву персональних даних, що зумовило появу концепції суверенітету даних (Data sovereignty). Прагматичну реакцію на цьому етапі демонструє Європейський Союз та його держави-члени [35], які прийняли 24 жовтня 1995 року Директиву 95/46/СЕ, на зміну якої згодом прийшов Регламент 2016/679 про захист фізичних осіб при обробці персональних даних та про вільне обертання таких даних від 27 квітня 2016 року (Загальний Регламент про захист персональних даних).

Примітною особливістю цього акта є екстериторіальність його дії. Правила та стандарти Регламенту застосовуються до всіх організацій, які опрацьовують персональні дані суб'єктів, які перебувають під юрисдикцією

Євросоюзу.

Досягнуто домовленості про підготовку п'ятисторонньої міжурядової угоди про співробітництво у сфері забезпечення міжнародної інформаційної безпеки в рамках БРІКС з урахуванням важливості вироблення правил відповідальної поведінки держав в інформаційній сфері на основі розробленої у 2018 р. «дорожньої карти» взаємодії у цій сфері та визнання необхідності підведення під таку співпрацю міцної міжнародно-правової бази.

16 червня 2009 р. підписано угоду між урядами держав-членів Шанхайської організації співробітництва про взаємодію в сфері забезпечення інформаційної безпеки в міжнародному середовищі. Угода відповідає принципам та завданням діяльності Організації, що передбачають координацію дій, надання взаємної підтримки та налагодження тісної співпраці з найважливіших міжнародних та регіональних питань, включаючи проблематику забезпечення інформаційної безпеки в міжнародному просторі. Унікальність документа полягала в тому, що він уперше в міжнародно-правовому плані визначив наявність конкретних загроз у галузі, що розглядається, а також основні напрямки, принципи, форми та механізми співробітництва в цій сфері.

Зусилля, пов'язані з побудовою міжнародної архітектури інформаційної безпеки диктуються США та низкою країн Заходу і передбачають певні можливості автономної роботи Інтернету з метою підтримки безперебійного функціонування та функціонування критичних даних. Така система покликана забезпечувати можливість своєчасного відображення інформаційних атак технічного та психологічного характеру. У XXI столітті саме інформаційний суверенітет стає критичною необхідністю для будь-якої держави, яка здійснює незалежну інформаційну політику та виходить із абсолютного пріоритету завдання забезпечення власної державної суверенності. Жодна держава світу не може бути суверенною і незалежною, якщо вона не має інформаційного суверенітету [36].

Медійна політика в цій парадигмі понять розглядається як структурна складова інформаційної політики держави, що виконує функції управління інформаційними потоками, регулювання діяльності медіа, формування стандартів публічної комунікації та забезпечення балансу між свободою слова і національними інтересами. Медійна політика формується в контексті політико-правової, культурно-інформаційної та безпекової парадигми державного управління, визначаючи принципи та механізми функціонування медійної системи відповідно до національних пріоритетів, зокрема захисту інформаційного суверенітету. Як зазначають дослідники (Г. Почепцов, В. Ліпкан, О. Грабовський), на тлі ескалації гібридних загроз та транснаціонального впливу недержавних і ворожих акторів медійна політика перетворюється з технократичного інструменту управління ЗМІ на компонент системної інформаційної оборони держави [37, 38].

З точки зору практичної реалізації, медійна політика включає в себе:

- нормативно-правове регулювання (закони про медіа, дезінформацію, рекламу, захист персональних даних, протидію гібридним загрозам);
- інституційне забезпечення (регулятори медіа, ради з інформаційної безпеки, аналітичні центри, державні мовники тощо);
- стратегічне планування (інформаційні стратегії, комунікаційні плани у сфері безпеки, протидії пропаганді та інформаційним атакам);
- державну підтримку суспільно важливих медіаініціатив (розвиток незалежної журналістики, цифрової грамотності, медіаосвіти) [38].

Під впливом цифрової трансформації, глобального поширення соціальних мереж та платформ з алгоритмічною модерацією контенту медійна політика стикається з новими викликами: зникненням традиційних меж між журналістикою, пропагандою та контентом користувачів; кризою довіри до медіа; динамічним поширенням дезінформації та фейкових наративів.

Для України, яка з 2014 року перебуває в стані перманентної інформаційної війни з боку Російської Федерації, формування ефективної медійної політики стало елементом національної стратегії виживання. З

початком повномасштабної війни 2022 року, функціонал медіа в інформаційній політиці держави суттєво розширився – від функції донесення офіційної позиції та мобілізації суспільства до стратегічної протидії ворожим психологічним операціям (PSYOPS), кампаніям деморалізації, дискредитації ЗСУ, міжнародній дезінформації тощо.

Міжнародний вимір медійної політики України є принципово важливим. По-перше, в умовах російської агресії питання захисту інформаційного суверенітету набуло характеру екзистенційного – йдеться про збереження ідентичності, довіри до державних інституцій та міжнародної підтримки. По-друге, співпраця з міжнародними партнерами (ЄС, НАТО, США) вимагає приведення української медіаполітики у відповідність до міжнародних стандартів: із збереженням балансу між безпековими інтересами та правами людини. В цьому контексті важливим кроком стала ухвала Закону України «Про медіа» (2022), який частково імплементує Директиву ЄС про аудіовізуальні послуги.

У цьому контексті медійна політика кожної держави постає як механізм реалізації принципів інформаційного суверенітету, зокрема:

- забезпечення контрольованості та національної відповідальності за інформаційні ресурси;
- прозорого походження контенту та медіа-власності;
- створення верифікованого і достовірного інформаційного середовища;
- формування і захисту національного наративу, заснованого на правді, фактах та цінностях [38].

Тож в умовах інтенсивних інформаційних впливів та гібридної агресії в міжнародних відносинах медійна політика стає не лише інструментом реалізації інформаційної політики, а й ключовим фактором у збереженні демократичного устрою, національної ідентичності та інформаційного суверенітету держави. Її ефективність залежить від здатності поєднувати безпекові інтереси з повагою до прав людини, професійними стандартами журналістики та активною участю громадянського суспільства.

2.2. Особливості політичної комунікації держави як суб'єкта глобальної медійної політики

Теоретичне осмислення ролі політичної комунікації у медійній політиці ґрунтується переважно на двох центральних моментах: яким чином комунікація впливає чи визначає політичні структури та процеси прийняття політичних рішень та як політика впливає чи визначає суспільну комунікацію. Акцентування першого чи другого аспекту зумовлює певні відмінності у підходах до розробки теорії політичної комунікації. Низка дослідників виходять із антагонізму, що спочатку лежить в основі відносин між політичною владою та медійними засобами через їхню залежність щодо визначення від державної інформаційної політики. Прихильники управлінських та системно-теоретичних підходів виходять із прямого протиставлення медійної та політико-адміністративної систем. Інші, навпаки, віддають пріоритет переважанню факторів їхнього впливу чи впливу на політику. Треті виходять із взаємозалежності медійних засобів та політики. Основою розробки базової класичної моделі політичної комунікації є принцип синергії комунікаційних ефектів «top-down», розроблений Г. Лассуеллом, П. Лазарсфельд, К. Ховландом, В. Ліпманом, С. Блеком, М. Маклюен, Н. Луманом, Айві Лі. Цей підхід ґрунтується на взаємозв'язку, що перманентно змінюється, і взаємозумовленості впливу на суспільну свідомість політичної комунікації в її співвідношенні з поняттями «polity», «pollitics» і «policy» в контексті концепції «Agenda-Setting», інструментів політичного PR, інститутів електронної демократії, змін у класичних ЗМІ.

Проте більшість експертів є прихильниками системи поглядів, в основі якої лежать теорії, розроблені «трьома батьками» політичної комунікації: Г.Д. Лассуеллом, П.Ф. Лазарсфельдом та К.І. Ховланд. Ґрунтуючись на класичних поняттях, вони виділяють такі її напрями, як «polity», «pollitics» та «policy». «Polity» - медійні засоби є інститутом політичної участі; «pollitics» - засобом впливу на громадську думку та процеси волевиявлення; «policy» - сферою політичної діяльності, зокрема, медійної або комунікаційної політики. Є низка

важливих аспектів, у яких сходяться оцінки прибічників всіх викладених вище концепцій політичних комунікацій. Насамперед йдеться про сильну розмитість меж понять політичної комунікації та політичної дії, ідентичності на практиці в більшості випадків понять політики та комунікації чи комунікації як медійного ресурсу здійснення політики.

Суб'єктність медійних акторів світової політики, відповідно, можна визначити за допомогою наявності/відсутності наступних трьох центральних ознак:

а) вони повинні мати автономну здатність визначати свої власні цілі та інтереси;

б) повинні мати можливість мобілізувати людські та матеріальні ресурси для досягнення цих цілей та інтересів;

в) їхні дії мають бути значущими, щоб впливати на відносини між державами або поведінку інших недержавних суб'єктів у глобальній системі [39].

Наукові роботи західних дослідників медійної політики, починаючи з 90-х років XX століття, мають на меті адаптацію основ теорії політичної комунікації до реальної ситуації у світі, ґрунтуються на фундаментальних дослідженнях П. Бурдьє, М. Вебера, Ю. Хабермаса, Дж. Розенау та ряду інших учених [40]; автори розглядають веберівську концепцію законного панування, здатність ефективного управління не тільки в сенсі примусу та/або стимулів, а й шляхом широкого визнання низки нових, не державних суб'єктів, законною «владою». Недержавні організації, міжнародні інститути, ЗМІ, ТНК та ТНБ відіграють все більш важливу роль у міжнародній політиці тому, що вони визнані нормативними та епістатичними органами влади. Поява денаціоналізованого «багатоцентрового світу» Д. Розенау, підхід П. Бурдьє та Ю. Хабермаса, заснований на визнанні ролі недержавних акторів політичної комунікації заслуговують на детальний розгляд. Міжнародні та недержавні суб'єкти, стаючи невід'ємними компонентами світової політики, епістемічними авторитетами («експертами») і володіючи зростаючою репутацією,

сприймаються як еталон моральних «світових переконань», надаючи імпульс авторитетному визначенню відповідальності політичної дії як не «символічної влади». Політичне управління соціальними процесами здійснюється громадськими суб'єктами, у тому числі на транснаціональному або міжнародному рівнях. Вони беруть участь у виявленні транснаціональних проблем і збирають знання про можливі шляхи їх вирішення.

Політика як громадська діяльність не обов'язково пов'язана з державною владою. Ця форма діяльності, швидше, набуває політичного характеру через взаємодію з громадськістю. Одним із найбільш поширених, ефективних способів взаємодії центрів прийняття політичних рішень та громадської думки є політична комунікація. Перевага даного методу спілкування полягає в тому, що кожен індивід відчуває «прямий зв'язок» з політичною дією, і саме цей зв'язок здається надійним, достовірним і прямим. За допомогою політичної комунікації найлегше здійснювати регулювання цих взаємовідносин.

Важливість вивчення політичних комунікацій полягає в тому, що при розвитку технологій за допомогою їх використання з'являється велика кількість нових форм взаємодії та впливу на населення/електорат/громадську думку/цільові аудиторії. Цей вплив здається безмежним. Величезний плюс сучасних засобів комунікації – відсутність необхідності безпосереднього контакту з громадськістю, розширення як просторових, так і тимчасових рамок, крім цього існує можливість швидкого реагування, фактично в онлайн-форматі, на будь-які події, що відбуваються у світі. Комунікативний процес відбувається у політичному, медійному просторі і у функціональному вимірі, оскільки політична комунікація здійснюється у нематеріальному просторі. Таким чином, політичні комунікації виконують вкрай важливу функцію вироблення, встановлення, підтримки на підставі зворотного зв'язку (цей процес може мати суто маніпулятивний характер залежно від цілей впливу на громадську думку) взаємодії між учасниками політичного процесу, а також між політичною системою та суспільством. Інакше кажучи, соціальні комунікації забезпечують як прямий, так і зворотний зв'язок між центрами прийняття політичних рішень

та учасниками політичного процесу (організаціями, інститутами, громадянами, різними політичними рухами, у межах існуючої політичної системи).

Медійна політика як аспект вивчення всього комплексу міжнародних відносин у медійній сфері формувалася переважно у роки холодної війни. Завдяки чіткій структурі конфлікту Схід-Захід з біполярною конфігурацією системи, доктриною ядерного стримування і двом блокам, що протиборствують один одному в ідейному непримиренному суперництві, комунікація характеризувалася чотирма чинниками (за аналогією з політикою безпеки): держави, стратегії, наука і статус-кво. Держави сприймаються майже виключно як відповідні суб'єкти медійної політики, які мали здійснювати політичну комунікацію на основі інтелектуально продуманих та практично реалізованих стратегій. На початковому етапі існування політична комунікація була державно-центричною. Як наслідок, рівні наукового аналізу виявлялися просто як різний ступінь агрегації одного й того самого: зовнішньої та внутрішньої державної політики. Пізніші події у світовій політиці створили й складнішу картину світу. Нові актори увійшли до складу міжнародної політики, кинувши виклик провідній ролі держави. Дослідження показали, що такі нові актори мають здатність діяти незалежно від їхньої формальної приналежності до тих чи інших держав [41].

Відповідно до концепції «Agenda-setting» або порядку денного, що розробляється в США з 1968, медійні ресурси мають значний вплив на громадськість безпосередньо самим підбором того, що стає предметом їх розгляду. Вплив медійних засобів на політичні процеси, політичні погляди та політична поведінка є ядром політичної комунікації, у процесі чого неминуче формуються дві різні реальності: політична та медійна. Традиційним підтвердженням цієї тези є посилення на відмінності в підході до вибудовування комунікаційної активності держави щодо формування власного зовнішньополітичного іміджу країни або створюваного для внутрішньої національної аудиторії іміджу тієї чи іншої зарубіжної держави. Відзначається і загальна для США та країн Західної Європи тенденція до домінування з

початку 90-х років XX століття у їхньому інформаційному просторі переважно політичної інформації загального негативного характеру, що стало стимулом для переосмислення та значної активізації в цих країнах державої політичної комунікації.

При цьому звертається увага на фактор, що отримав визначення «the rhetorical presidency», підвищення значення комунікативних механізмів здійснення влади при паралельному зниженні можливостей усіх інших форм традиційної реалізації державного управління (економічних, соціально-політичних, адміністративних). У руслі цієї тенденції відбувається зміщення акценту в комунікаційній політиці медійної картини політики, іміджевих сторін основних політичних акторів, спотворення дійсності. Головним стає публіцистично оформлювальна, а не смислова якість інформації, що свідомо здійснюється з метою впливу на процеси формування суспільної свідомості, вигідних владі політичних переваг, зростаючого ступеня підтримки існуючої політичної системи, позитивної оцінки масовою громадською думкою діяльності органів влади чи окремих її представників.

З перетворенням публічної політики у сферу політичної комунікації, в американській науковій школі основний акцент у медійній політиці робиться на інформування та переконання, на відміну від політичного маркетингу та політичної реклами, більш орієнтованих на встановлення зв'язку між певним продуктом чи сервісом та його потенційною аудиторією. Отже, головне завдання медійної політики – посередництво у комунікації між урядом та громадськістю. При цьому наголошується, що політичний PR, політична реклама та формування іміджу перебувають у тісній взаємозалежності та межі між цими видами діяльності дуже розмиті. Останнім часом дедалі більше прибічників набуває тенденція оцінки інформаційного суспільства як суспільства, мислячого мережевими категоріями, у чому його принципова відмінність від централізованих владних вертикалей при зростаючому переважанні у мережі інформаційних потоків над потоками влади. Сучасний варіант таких поглядів представляє ефект третьої особи, психологічний ефект,

який полягає в тому, що індивід вважає, що медійні методи переконання можуть впливати на більшість людей крім нього самого, що на відміну від інших особисто він не схильний до такого впливу. Недооцінка індивідом ступеня комунікаційного впливу, що надається, веде до того, що люди все більше приміряють не на собі, а на інших ефект від впливу комунікаційної політики і на цій підставі будують свою модель поведінки. Непомітно собі самі вони опиняються у світі віртуальної дійсності, продовжуючи вважати, що інші є об'єктами впливу моделюючої свідомості та поведінки. Виникає псевдогармонійний і комфортний особисто віртуальний світ, що повністю влаштовує споживача, формується у свідомості за методикою створення індивідуальних профілів користувачів соціальних мереж за допомогою технологій великих даних.

Медійні установки надають політичний вплив після їхнього обговорення людьми у колі особистого чи ділового спілкування. Це багатоступінчастий процес. Останнім часом він має місце у соціальних мережах Інтернету, де інформаційні потоки структуруються лідерами віртуального спілкування («Influentials»), перетворюючи їх на предмет обговорення та подальшого масового поширення у глобальній мережі.

У 1980 р. у США почало використовуватися словосполучення «perception is reality» - реальність є те, що відчувається. Автор цього виразу Л. Етуотер працював у ході президентських передвиборних кампаній на Р. Рейгана та Д. Буша-молодшого, домагаючись успіху у тому числі проведенням дуже брудних, у політико-технологічному плані, кампаній та фальсифікацією результатів соціологічних суспільних опитувань. Він створював псевдофакти на користь впливу настрої виборців, слідуючи думці про те, що немає значення наскільки об'єкт віри людей відповідає реальному стану справ. Подібне бачення ситуації було і під час проведення президентської кампанії Д. Трампа, який у своїх промовах перед виборцями у будь-якій послідовності перемішував факти та вигадка. Експерти ЄС зазначають, що у державах Союзу, здебільшого під час здійснення виборчих кампаній на всіх рівнях, політичні зв'язки з громадськістю

сконцентровані на донесенні до населення країн результатів опитувань та прогнозів на основі соціологічних досліджень; неправдива інформація відсутня, проте активно використовується маніпулятивний вплив інформаційними потоками з частковим замовчуванням їхньої окремої частини чи розповсюдження частково вірних повідомлень. Кожен другий фахівець у галузі західноєвропейського політичного PR визнає, що тією чи іншою мірою використовує залежно від обставин тактику приховування певного характеру інформації та вдається до методів відволікання від неї уваги журналістів. Якщо все ж таки така інформація стає надбанням громадськості, то у 61% випадків це є результатом професійних недоліків у роботі самих PR-фахівців і лише у 23% - наслідком самостійного пошуку інформації представниками ЗМІ [41].

Аналітики наголошують на цікавому факті становлення політичної комунікації на Заході. У вік цифрової інформації все більше у світі з глобальними процесами наростає комунікаційна дезорієнтація ініціаторів політичної комунікації. Формована ними реальність є певним світом «де-факто». Світ ностальгії за минулим, а не пошуку шляхів у майбутнє. Д. Трамп, як і Дж. Байден, стилістично різними гаслами, але адекватними за своєю суттю закликають до «відродження Великої Америки», автори Brexit апелюють до «втраченої Англії», ідеологія терористичного угруповання ІДІЛ – до міфічного «халіфату». Замість критичного осмислення дійсності – емоційне посилення до минулого, яке у своїх екстремістських проявах породжує в мізках віртуальну картину псевдоцінностей. Зміст політичної комунікації, наділений значним політико-ідеологічним змістом, набув особливого значення на етапі проривних інформаційно-комунікаційних технологій епохи четвертої промислової революції, епохи диджиталізації довіри [42].

Політична комунікація, що проводиться в рамках державної інформаційної політики, є основним засобом медійної політики, що здійснюється державою, і збереже таку свою функцію в тривалій перспективі. Західноєвропейські експерти підраховали, що, на відміну від бізнес-PR, у сфері політики дві з трьох журналістських публікацій у ЗМІ з політичної тематики

ґрунтуються або є прямим результатом заходів, що проводяться саме в рамках державного політичного PR, причому їх зміст передається у повній формі та практично без подальших істотних редакційних змін. За матеріалами важливих політичних прес-конференцій, як правило, немає критичних редакційних коментарів. Зберігаються без зміни смислові акценти, які роблять організатори та учасники таких прес-конференцій. 80% матеріалів щодо їх висвітлення виходить наступного дня після проведення прес-конференції, хоча 95% таких PR-заходів не торкається вкрай актуальних тем.

Виявлено закономірність: чим більше ЗМІ публікують матеріали з актуальних конкретних тем політичного порядку денного, тим активнішою стає за цими ж напрямками офіційна медійна діяльність органів влади. Таким чином, офіційна державна політична комунікація не лише визначає основні зовнішньополітичні теми, що виносяться в інформаційний простір, а й задає темп їх висвітлення з боку ЗМІ за збереження контролю над тим, коли і що слід зробити предметом підвищеної уваги громадської думки. На додаток до цього досягається ефект одночасного звернення до однієї і тієї ж теми значної кількості найрізноманітніших за характером ЗМІ, які, як правило, безпосередньо не згадують джерела отримання такої інформації від владних структур. Для центральних щоденних газет із розрахунку автора цей показник у середньому лежить між 17% і 30%. Поступово напрацьовується методика, згідно з якою все більше журналістів звертаються до офіційних державних джерел політичної інформації новин, ніж займаються самостійним пошуком нових тем. Постійно такими джерелами користуються 13%, часто – 47% журналістів західноєвропейських країн, які займаються політичною проблематикою. Більшість редакторів та керівників ЗМІ схвалюють такий підхід до пошуку та відбору журналістами політичної інформації, як і аудиторії цих ЗМІ. Журналіст взагалі все більше розглядається в західному політичному PR як складова частина, як інструмент реалізації медіаплану. Офіційні структури, зайняті політичною комунікацією, останніми роками розширюють практику підготовки матеріалів для електронних засобів, телебачення і радіо у

вигляді, що дозволяє їх негайну трансляцію, розміщення чи публікацію без будь-якої додаткової редакційної обробки, тобто у первісному вигляді [42].

Політична комунікація має політичний характер і тому несе ідеологічне, часом і пропагандистське навантаження. Наведені міркування західних аналітиків про сутність сьогодишнього політичного PR та перспектив його розвитку підтверджують даний факт. 83% - абсолютна більшість PR-експертів у країнах Західної Європи вважають роботу зі зв'язків із громадськістю інструментом політичної влади.

У контексті залучення потенціалу соціальних комунікацій офіційними структурами державної влади та управління функція інтернет-простору полягає у реалізації цілей «електронного уряду» як методу управління державною владою за допомогою Інтернету.

«Електронний уряд» здійснює діяльність, пов'язану із взаємодією між органами державної влади та місцевого самоврядування через створення єдиних баз даних, забезпечення електронного документообігу (G-to-G – government to government); підвищення ефективності взаємодії органів державної влади та бізнесу шляхом створення умов для електронної торгівлі, для участі в тендерах з державних закупівель, для спрощення процедури сплати податків та подання декларацій, отримання дозвільної документації та ліцензій, спрощення банківських операцій (G-to-B – government to business); забезпечення двосторонньої взаємодії та скорочення дистанції між владою та громадянами шляхом надання державою інформації щодо своєї діяльності на всіх рівнях влади, а також надання можливості громадянам впливати на прийняття політичних рішень (G-to-C – government to citizen).

При цьому слід враховувати різницю між поняттями електронної демократії (e-democracy) і електронного уряду (e-government) [43]. Завдання електронного уряду полягає у підвищенні оперативності та зручності доступу населення до послуг держави з будь-якого місця та у будь-який час. Функція електронної демократії зводиться до використання інформаційних технологій розширення можливостей кожного громадянина країни.

Таким чином, медійна політика охоплює всі сфери суспільного життя, є складовою зовнішньої та внутрішньої політики держав і є сукупністю цілей, які відображають національні інтереси держав в інформаційній сфері, а також дії виконавчої, законодавчої та судової влади щодо їх реалізації.

2.3. Медійна складова цифрової дипломатії держав

До початку другого десятиліття XXI століття практично всі без винятку учасники міжнародного спілкування перебудували свою активність у рамках національних концепцій інформаційного супроводу зовнішньої політики та присутності в інформаційному глобальному просторі відповідно до вимог сьогодення [44]. Спочатку термін «цифрова дипломатія» (англ. digital diplomacy) використовувався переважно практиками – дипломатичними співробітниками та політичними діячами – і лише згодом став застосовуватися дослідниками та журналістами всього світу.

Перші спроби описати діяльність у цій галузі були зроблені понад 20 років тому американським дипломатом та публіцистом У. Дизардом у книзі «Digital Diplomacy: US Foreign Policy in the Information Age», проте представники світової академічної спільноти досі не сформулювали загальноприйнятого визначення поняття «digital diplomacy» [44]. В англomовній науковій літературі крім digital diplomacy використовуються також терміни cyber-diplomacy (кібердипломатія), e-diplomacy (електронна дипломатія), virtual-diplomacy (віртуальна дипломатія) і Twiplomacy («Твіттер-дипломатія») [45]. Незважаючи на семантичну близькість даних понять, що відображають вплив Інтернету на дипломатію, багато фахівців заявляють про необхідність їх чіткого розмежування та вживання в залежності від контексту, оскільки кожен префікс відносить поняття до будь-якої конкретної галузі: «cyber» найчастіше використовується при обговоренні питань у сфері забезпечення захисту цифрових даних, «virtual» – як фігурує у політичних заявах та міжнародних документах, а префікс «twi» відноситься лише до повідомлень, що

публікуються в соціальній мережі Twitter [46]. Синонімічне використання digital і Twitter-diplomacy пояснюють тим, що історично головним майданчиком для цифрової дипломатії стала згадана соціальна мережа. Таким чином, взаємозамінними термінами вважають експерти лише digital та e-diplomacy [47].

Цифрову дипломатію, що постає як особлива форма зовнішньополітичної діяльності сучасної держави у галузі міжнародної взаємодії зі застосування переваг Інтернету та інформаційно-комунікаційних технологій, доцільно розглядати як важливу складову публічної дипломатії. Її функціональне призначення полягає не лише у застосуванні інструментів цифрового середовища, але й у стратегічному формуванні та трансляції державних наративів, спрямованих на вплив на різні сегменти суспільства, зокрема для конструювання сприятливого міжнародного іміджу, формування громадської думки та забезпечення підтримки зовнішньополітичних рішень. Така багаторівнева комунікація забезпечує узгодженість позицій, оперативність прийняття рішень і цілісність зовнішньополітичної діяльності держави в умовах динамічного цифрового середовища. У силу специфіки дипломатичної діяльності, де ключове місце відведено інформації та комунікації, деякі дослідники також відносять цифрову дипломатію до електронної дипломатії [48].

Електронна дипломатія сьогодні постає не лише як ефективний інструмент досягнення переваг у зовнішньополітичній діяльності держави, а й як невід'ємна складова сучасного функціонування зовнішньополітичних відомств. У ХХІ столітті дедалі більше ресурсів іноземних міністерств спрямовується на розвиток цього напрямку, оскільки без комплексного впровадження цифрових комунікацій зовнішньополітичні органи ризикують зіткнутися з низкою ускладнень: дистанціювання від значних аудиторій, обмежена можливість досягти громадян за кордоном через традиційні медіа та недостатня ефективність передачі повідомлень класичними каналами.

Використання платформ електронної дипломатії стає в сучасних умовах обов'язковим, адже затримка їх впровадження призводить до дефіциту

фахівців, які володіють практичними навичками роботи з цифровими інструментами. У зв'язку з цим практично всі зовнішньополітичні відомства промислово розвинених держав активно інтегрують цифрові технології у свою діяльність, посилюючи оперативність, охоплення аудиторії та ефективність комунікацій у міжнародному контексті.

При вивченні трансформаційного потенціалу цифрових технологій у дипломатії важливо враховувати два протилежні мегатренди. Перший пов'язаний з широкою практикою впровадження цифрових інформаційно-комунікаційних технологій у дипломатичну діяльність – медіатизацію дипломатії, що створюється за принципом екосистеми зовнішньополітичної активності сучасної держави з переходом до залучення у процесах інформаційного забезпечення зовнішньої політики комунікаційних технік віртуальної та доповненої реальності, автоматизованої системи підготовки контенту інформаційних матеріалів, застосування роботів для її масованого транскордонного поширення у глобальних соціальних мережах тощо. В інструментальному плані цифрові іммерсивні технології впроваджуються в роботу консульських служб, систематизації баз даних архівних підрозділів, служб обробки, систематизації та комплексного аналізу інформації, а також задіяні при моделюванні багатоваріантних прогнозів розвитку ситуації в конкретних зовнішньополітичних галузях (аналітика великих даних) та організації інтерактивних заходів у межах публічних закордонних представництв [49].

Ці процеси отримали свій розвиток з успішної реалізації перших ініціатив у цьому напрямі, пов'язаних, зокрема, з рішенням у травні 2016 р. Міністерства закордонних справ та міжнародного співробітництва Італії щодо приєднання до Google Art Project онлайн-технологічної платформи, розробленої Google для просування та захисту культурної спадщини. У липні 2016 р. Координаційний центр НАТО з реагування на стихійні лиха (EADRCC) та Румунія за підтримки Об'єднаної групи з питань сільського господарства та продовольства в галузі охорони здоров'я (JHAFG) та Групи цивільного захисту (CPG) з метою

організації навчань з реагування на стихійні лиха використовували технологію створення віртуальної реальності для моделювання великої кількості людей [50]. У 2018 р. «Велика сімка» під головуванням Канади вперше включила як офіційний канал комунікації, поряд з Twitter, Instagram, Facebook, Youtube та Flickr, додаток з обміну повідомленнями Snapchat. Багато в чому це сталося завдяки навичкам спілкування з молоддю публікою у форматі «запитання-відповідь» канадського прем'єр-міністра Дж. Трюдо за допомогою цієї платформи. Члени «Групи семи» зважилися на цифрову присутність у Snapchat, щоб вийти безпосередньо на представників молодого покоління та вибудувати з ними органічні відносини для демістифікації політики в очах молоді, а також для більшої прозорості та доступності кроків урядів країн цього міжнародного клубу.

Викликає інтерес зростання політичного контенту на відеохостингу TikTok, зумовлене активністю акаунтів міжнародного руху Червоного Хреста та Червоного Півмісяця, Дитячого фонду ООН (ЮНІСЕФ), Європейської служби зовнішніх зв'язків, колишнього міністра внутрішніх справ Італії М. Сальвіні та ін, що мають широкий пул передплатників. Дипломатична служба Фінляндії розробила власну єдину блогову платформу, яка дозволяє інтернет-користувачам ознайомитись із статтями співробітників більшості дипломатичних представництв країни. Останнім часом практично всі міжнародні організації, у тому числі ООН, G20, ОПЕК+, НАТО, БРІКС та ін., перейшли на дистанційну форму роботи [51].

Набирає сили тенденція до «датовізації» міжнародних відносин під впливом технологічного прогресу в інформаційно-комунікаційній сфері, яка проявляється також у процесі використання технологій аналізу великих даних для сегментації блогосфери та визначення політичних уподобань користувачів соціальних мереж, останнім часом привертаючи увагу світової спільноти, особливо після президентських виборів у США у 2016 році [52].

Суть нового підходу до дипломатії була вперше описана у «Стратегічному плані розвитку інформаційних технологій у 2011–2013 роках:

цифрова дипломатія», опублікованому Держдепом США у вересні 2010 р. 2011 р. на ці цілі виділено близько 25 млн дол, за реальними даними ця цифра вища – 70 млн дол. [53]. Приклад внутрішньої вікі є Diplopedia (архів інформації з 20 січня 2009 р. по 20 січня 2017 р.), в наш час – портал <https://www.state.gov/>, корпоративна вікі-система Державного департаменту США. У ній співробітники почали публікувати статті та редагувати їх на добровільній основі.

Інструментарій електронної дипломатії пропонує широкі можливості для покращення комунікації між державними органами для сприяння внутрішньодержавній координації. До інструментів зовнішньої комунікації відносяться закриті вікі, доступні не тільки для співробітників державного органу, що займається зовнішніми зносинами, але також для інших держорганів. За вказаним принципом була створена «See Britain» – британська закрита група вікі, яка об'єднала кількох партнерів, які не є штатними співробітниками Форін-офісу, для підтримки підготовки до проведення Олімпійських ігор в Лондоні в 2012 р., а також (закрита, внутрішньодержавна віка) інформації у вигляді можливостей урядового механізму комунікації. Канадці також використовували веб-платформи для підготовки та проведення самітів G20 та G8. Зазначені типи платформ знаходяться в початковій стадії свого застосування, але мають значний потенціал [54].

Веб-сайти дають можливість координувати діяльність національних учасників міжнародного спілкування по всій національній системі державних органів країн. Франція, наприклад, має спеціальний інформаційний портал уряду щодо проблематики його міжнародної діяльності. Частина порталу з міркувань безпеки закрита для загального користування. Держдеп США заявив про розробку урядового сайту з проблематики прав людини, який передбачає об'єднати агентства, які займаються питаннями прав людини та пов'язані з цими відповідними базами даних. Сайти також використовувалися для створення того, що Державний департамент називає «віртуальну присутність» (не передбачає безпосередньої дипломатичної присутності США). Серед інших

інструментів зовнішньої комунікації слід виділити платформи діаспори, академічні центри та нові можливості кадрового підбору співробітників.

Наприклад, інструменти електронної дипломатії дозволили Державному департаменту США ініціювати програму для відбору студентів на стажування та практику. Програма, що отримала назву Virtual Student Federal Service (<https://vsfs.state.gov/>), полягала в тому, щоб залучати студентів для віддаленої роботи над конкретними дослідницькими проектами [55].

Зарубіжні відомства зовнішніх зносин у межах публічної дипломатії використовують три типи блогів. Якщо про перший тип, про внутрішні блоги, говорилося вище, то існують також публічно доступні блоги та зовнішні блоги впливу. Приклад публічно доступного блогу - Dipnote (<https://www.state.gov/blogs>), офіційний блог Державного департаменту США. Подібна категорія блогів, через труднощі та великі тимчасові витрати їх ведення, в більшості випадків є найменш перспективною формою зв'язку з громадськістю, перетворюючись на засіб передачі новин з мінімальним зворотним зв'язком. США, Великобританія та Канада експериментували з блогінгом у важливих галузях блогосфери. У держдепі США є штатні блогери, що пишуть англійською мовою, а також фарсі та урду. Команда блогерів працює і у Пентагоні. Блогери ідентифікують себе як посадовці держдепу чи міноборони та активно вступають у дебати у своїх коментарях до блогів і самі створюють блоги. Аналогічна практика властива зовнішньополітичним відомствам Канади та Британії.

В останні роки країни світу активно використовують інноваційні способи публічної дипломатії на основі принципу діалогу чи «слухання» – здійснення впливу на закордонне суспільство з обов'язковим компонентом зворотного зв'язку з аудиторією. Активно використовують цифрову дипломатію (digital diplomacy), інтернет-дипломатію (Internet diplomacy), дипломатію соціальних мереж («Twitter diplomacy») та публічну дипломатію Web 2.0. (Public Diplomacy Web 2.0.). Громадська дипломатія Web 2.0. спочатку почала широко застосовуватися переважно у Сполучених Штатах [55]. Вона включає механізм

поширення впливу на аудиторію за межами країни за допомогою розміщення в сфері Інтернету все більшої кількості радіо- і телеканалів, поширення у відкритому доступі інформаційно-пропагандистських матеріалів у електронному форматі, спостереження за дискусіями у блогосфері, застосування індивідуальних сторінок представників владних структур у соцмережах, поширення інформації за допомогою мобільних телефонів. Програми інтерактивного радіо та телебачення дозволяють швидко і безпосередньо досягати споживачів, миттєво отримувати зворотну реакцію аудиторії та вибудовувати відповідну зворотну реакцію на комунікацію. Дипломатія спрямована на створення умов для зміни політичної культури або зміни політичних режимів в інших країнах за допомогою підтримки або створення опозиції. Держдепартамент США визначає поняття «цифрова дипломатія» як застосування соціальних мереж у дипломатичній практиці уряду Сполучених Штатів. Соціальні мережі Diplopedia, X (Twitter), Facebook, LinkedIn, Communities@State названо основними платформами для роботи американських дипломатів із зарубіжними користувачами мережі Інтернет. Інформаційне Агентство Сполучених Штатів (ЮСІА), яке є структурним підрозділом Держдепартаменту США, за допомогою інтернет-сайту американського зовнішньополітичного відомства забезпечує доступ до всіх інформаційних ресурсів агентства, включаючи можливість прослуховування в режимі реального часу новинних програм радіостанцій «Голос Америки» і «Свобода», доступ до їхніх архівів і періодичності, що видається ЮСІА. Портал X широко використовується для ознайомлення користувачів з урядовою інформацією. «Голос Америки» постійно розміщує свої матеріали на порталі Youtube [56].

Цифрова дипломатія спирається на інновації у стратегічній комунікації. Охоплення та ефективність цифрової дипломатії посилюються за допомогою мережевих підходів. Оцінка результатів зусиль держав щодо нарощування потенціалу цифрової дипломатії є неоднозначною. Встановлено, що агресивні за своїм характером стратегічні комунікації, що реалізуються в загальному

контексті цифрової дипломатії, погіршують процеси досягнення рішень у світовій політиці, загострюючи наявні протиріччя та негативно впливаючи на загальну атмосферу міжнародних відносин, і суттєво ускладнюють посередницькі конфлікти. Прагнення вплинути на опонента шляхом перенесення у громадську сферу наявних протиріч веде переважно до подальшої поляризації позицій і зростання гостроти конфліктного потенціалу.

З іншого боку, формується новий глобальний дипломатичний простір, що визначається не лише державними зовнішньополітичними інститутами чи міжнародними організаціями, а самою динамікою транскордонної комунікації, що залучає до зовнішньополітичної проблематики традиційної дипломатії широкі верстви громадськості. Такий новий дипломатичний простір має віртуальний характер, емоції часом є основним критерієм, що визначає реакцію аудиторій і мотивує до політичних чи соціальних дій, проте динаміку його впливу на світову політику та дипломатію дуже важко визначити [57].

У зв'язку з цим завдання цифрової дипломатії полягає не стільки у використанні цифрових інструментів або вивченні нових засобів комунікації, скільки в «навігації» цільових аудиторій за динамікою нових цифрових публічних дипломатичних просторів, що формуються, пов'язуючи і цілеспрямовано транслуючи своє державно-орієнтоване бачення зовнішньої політики і подій міжнародного життя цільовими аудиторіями.

Ступінь контролю медійного порядку денного світової політики за рахунок впровадження все більш складних медіастратегій та інформаційно-комунікаційних технологій з точки зору просування дипломатичних цілей у новому дипломатичному просторі є предметом вивчення експертної та наукової спільноти. Відкритим залишається питання щодо того, наскільки цифрова дипломатія поза її активністю як інструмент м'якої сили, публічної дипломатії спроможна досягти у відкритому цифровому глобальному кіберпросторі того, що традиційна дипломатія досягає класичними методами, і чи слід їй досягати такого ефекту. Значимість цифрової дипломатії закономірно збільшуватиметься у міру зростання залучення широких верств громадськості до світової політики,

реальної участі в ній. Інший важливий аспект пріоритетної уваги до цифрової дипломатії – її потенціал як специфічного високопрофесійного медійного ресурсу стратегічної комунікації з міжнародної проблематики у формуванні ідейно-політичного консенсусу внутрішньої громадської думки щодо зовнішньої політики, що проводиться державою і в сучасних умовах перебудови має важливе значення, при цьому не вступаючи в пряму конкуренцію з агрегатами новин, але керуючись ціннісними світоглядними орієнтирами суспільства, інтереси якого дипломатія покликана відстоювати на міжнародній арені.

Висновки до розділу 2

Медійна політика, як структурна частина ширшої інформаційної політики держави, виконує стратегічну функцію формування, захисту та управління національним інформаційним простором. У добу цифровізації, глобалізації та інформаційної гібридної війни вона набуває особливого значення як інструмент впливу на громадську думку, механізм запобігання зовнішнім маніпуляціям, дезінформації та інформаційним загрозам, що порушують принципи національного та міжнародного права. Саме через медіа реалізується основний канал комунікації між владою та суспільством, який формує публічний дискурс, легітимізує політичні рішення та сприяє мобілізації соціального капіталу в межах національних інтересів.

З позицій міжнародного права, медійна політика є практичним проявом державного інформаційного суверенітету, тобто здатності держави автономно регулювати свій інформаційний простір згідно з власними стратегічними пріоритетами. Це особливо актуально в умовах зростаючої інтернаціоналізації інформаційних потоків, домінування транснаціональних цифрових платформ, які нерідко діють поза юрисдикцією національних правових систем. Як показує досвід таких країн, як США, Франція, Канада, Китай, держави змушені активно

переглядати свої підходи до інформаційної безпеки, правового регулювання діяльності медіа і платформ, а також до захисту персональних даних громадян.

Водночас ефективна медійна політика має ґрунтуватися не лише на заборонах і контролі, а на розвитку інституційної спроможності держави – незалежних регуляторів, медіаосвітніх програм, державної підтримки якісної журналістики, стимулюванні інновацій у сфері комунікації. Вона має забезпечити відкритість, прозорість і демократичність інформаційної взаємодії, дотримання прав людини, у тому числі права на свободу вираження поглядів, при цьому залишаючись ефективним щитом проти інформаційної агресії, маніпуляцій та пропаганди.

Політична комунікація, як ключовий інструмент реалізації медійної політики держави, відіграє фундаментальну роль у формуванні, трансляції та легітимації політичного порядку денного. У сучасному глобалізованому світі політична комунікація дедалі більше виходить за рамки державоцентричного підходу, трансформуючись у складну багаторівневу систему впливів, де взаємодіють як державні, так і недержавні суб'єкти. Це підсилює значення «м'якої сили», публічної дипломатії, іміджевих стратегій, а також потребу у прозорому, відповідальному й технологічно ефективному комунікуванні з громадськістю. Комунікаційна діяльність держави не лише інформує, а й формує політичні реальності, створює умови для соціальної інтеграції чи мобілізації, а також може виступати засобом маніпуляції та конструювання образу політичного «іншого».

У сучасну епоху цифрова дипломатія стала невід'ємним елементом зовнішньополітичної діяльності держав, трансформувавши традиційні форми міжнародної комунікації. Її медійна складова охоплює як використання соціальних мереж і новітніх цифрових платформ, так і впровадження інноваційних технологій – від віртуальної реальності до аналітики великих даних. Це дозволяє державам не лише ефективно взаємодіяти з зовнішньою аудиторією, формуючи позитивний імідж, а й забезпечувати внутрішню координацію дипломатичних дій. Активне використання інструментів цифрової

дипломатії урядами та міжнародними організаціями засвідчує її зростаюче значення як стратегічного ресурсу глобального інформаційного впливу.

РОЗДІЛ 3

НЕДЕРЖАВНІ АКТОРИ МЕДІЙНОГО ПРОСТОРУ СВІТОВОЇ ПОЛІТИКИ

3.1. Дискурсивна активність недержавних акторів світової політики

Під поняттям недержавного транснаціонального актора світових політичних відносин визначають сукупний образ, який виконує роль суб'єкта в політичному процесі, яка здійснює значний вплив на глобальні процеси у світовій політиці і тренди мікрополітичного розвитку XXI століття в умовах, коли такі суб'єкти не лише активують свій вплив на міжнародній арені, а й значно ускладнюються механізми і форми їх діяльності, вони розширюють сферу своєї залученості, а аналіз та облік їх функціонування є першочерговим для усвідомлення важливості міжнародної політичної діяльності, прогнозування у зовнішньополітичній сфері. Якщо до таких акторів відносили міжурядові організації (МЮО), неурядові організації (НУО), транснаціональні корпорації (ТНК), то до теперішнього часу їх кількість значно зросла, включивши в себе світові ЗМІ, глобальні міста, провідні рейтингові агентства, громадські рухи, SPIN-структури (polycentric, ideologically integrated network), церкви та інші релігійні асоціації, «нетипові» суб'єкти міжнародного права, такі як Святий Престол або мальтійський орден, епістемічні співтовариства, що представляють транснаціональні мережі експертів із загальних причинно-наслідкових зв'язків з деяких питань політики, що порушує проблематику взаємозв'язку між наукою та міжнародною політикою. Загальноприйнятого в сучасній науці визначення недержавних акторів світової політики/міжнародних відносин немає, як немає і єдності думок щодо їхньої правосуб'єктності в міжнародному праві [58].

Політичні дискурси, які ініціювали недержавні актори міжнародних відносин, почали визначати постановку порядку денної світової політики й брати участь – безпосередньо чи опосередковано – у прийнятті рішень. Шляхом ініціювання, участі та моніторингу політичного дискурсу всередині та поза політикою реалізується можливість надання прихованого чи явного

безпосереднього або непрямого впливу на прийняття політичних рішень. Дискурси формують дискусійний простір обговорення політичних питань, встановлення політичного порядку денного та прийняття рішень. Кожен із таких акторів політичного дискурсу має власний світогляд, у різних формах та методах позиціонує себе в політичному світі (*identity, position*), визначає та декларує свої політичні ідеали та цінності. Чим вищий авторитет такого актора в очах світової громадської думки, тим переконливішою буде його аргументація у політичному дискурсі. Так, міжнародна неурядова екологічна організація Greenpeace має моральний авторитет у питаннях охорони навколишнього середовища. Проте моральний авторитет сам собою не виключає заперечення позиції актора.

Транснаціональні компанії, на частку яких припадає дві третини загального обсягу світової торгівлі, виробництво третини світового багатства (ВНП) при використанні всього близько 3% світового працездатного населення, відіграють у світовій політиці роль набагато більшу, ніж багато неурядових міжнародних організацій і мають значні ресурси для формування та підтримування діяльності постійних організацій в економічній, фінансовій, соціальній сферах. Відсутні реальні механізми забезпечення транснаціональних рамок, що обмежують або визначають масштаби та межі глобального розширення впливу ТНК та ТНБ. Спробу регулювання цих механізмів було здійснено ООН у середині 70-х років після втручання компанії ІТТ у політичне життя Чилі. 15 років по тому, 1990 р., в результаті переговорів було вироблено проект Кодексу поведінки Організації Об'єднаних Націй щодо транснаціональних корпорацій (і пов'язаних з ним документів), покликаний створити багатосторонні рамки для збалансованого визначення прав та обов'язків транснаціональних корпорацій та урядів країн, як компроміс між інтересами «глобального Півдня» та урядами й компаніями «глобальної Півночі». Проект не був реалізований через загрозу у разі прийняття проекту скоротити інвестиції в країни, що розвиваються з боку США [58].

Володіючи колосальним технологічним потенціалом у галузі ІКТ та

фінансовими ресурсами, що дозволяють у все зростаючих обсягах нарощувати потенціал стратегічних комунікацій, глобальні корпорації зростаючими темпами посилюють свій вплив на зарубіжну громадську думку, будучи важливим фактором формування медійного порядку денного світової політики, формулюючи та просуваючи економічні, фінансові, торгові, технологічні інтереси за допомогою надання прямого або непрямого впливу на визначення та прийняття інших актів, регулювання у багатьох вирішальних сферах життєдіяльності.

Важливим компонентом значущості політичного дискурсу, який ініціюється недержавними акторами або ведеться за їх участю, є проблематика легітимності такого дискурсу. Існує парадоксальна ситуація. Якщо такий дискурс високою мірою інституалізований, і існуюча думка щодо винесеної на обговорення проблематики поділяється більшістю членів суспільства, то участь таких акторів з позицій заперечення спільної думки вважається контрпродуктивною і не має широкої практики в сучасній світовій політиці. Навпаки, якщо дедалі більше людей починають ставити під сумнів чи відкидати домінуючий дискурс, роль таких акторів у переоцінці сформованих поглядів значно зростає. Прикладом може бути глобальна дискусія про застосування генетично модифікованих організмів (ГМО) у сільському господарстві.

«Дискурсивна сила» зумовила появу та зростання «дискурсивної влади». Недержавні актори сучасних відносин, здобувши дискурсивні можливості та моральний авторитет, набуваючи необхідних компетенцій та організаційно оформлених повноважень на прийняття рішень, активно використовуючи потенціал ЗМІ та нових медіа, лобістську діяльність, трансформувалися в активних акторів міжнародних відносин, визначаючи вектор розвитку її медійної складової [59].

Останнім часом дискурсивна активність недержавних акторів світової політики у медійному полі широко проявляється у поширеній правозахисній, екологічній, міграційній проблематиці та питаннях біорізноманіття. Питання про те, наскільки політична активність недержавних акторів впливає на світову

політику, залишається спірним, про що свідчать зіткнення думок, що продовжуються, між неореалістами і транснаціоналістами в межах вивчення характеру сучасних міжнародних відносин. За цими різними поглядами стоять – явні чи приховані – зіткнення різних метатеоретичних світоглядів, теорій, концепцій влади, методологій та емпіричних аналізів, що об'єднуються визнанням за такими акторами реальної та зростаючої спроможності впливу, впливу у формі, що дискутується, - трансформації сучасної світової політики. У медійному плані така активність у традиційному розумінні, що склалося, має місце у формі практики окремо або паралельно стратегій лобізму, інформаційно-пропагандистської (відкриті, часто офіційно визнані способи поширення інформації, думок та ідей на політичних аренах, на основі яких особи, що приймають рішення, можуть змінювати або адаптувати свої переваги), адвокатської діяльності, моніторингу (контроль за тим, чи дотримуються уряди взятих зобов'язань), протестів (відкрита пропаганда або протидія певним ідеям, інститутам або заходам поза офіційними політичними аренами або підпільно на основі політичних домовленостей).

Найефективнішим вважається поєднання застосованих стратегій залежно від загального контексту зовнішнього поля їх реалізації – вважається, наприклад, що ООН відкритіша для неурядових організацій, ніж СОТ. Ряд НУО мають акредитацію при Економічній та Соціальній Раді ООН. Показовим є приклад активної субстанційної участі недержавних акторів (НУО, МУО, профільних громадських організацій) у розробці Конвенції ООН про права інвалідів, прийнятої резолюцією 61/106 Генеральної Асамблеї від 13 грудня 2006 р. договором у галузі прав людини XXI століття. Важливо в цьому контексті наголосити, що поняття реальної влади (здатність досягти результату) та політичного впливу недержавних акторів не синонімічні; вони не повинні, але можуть мати таку політичну владу. Помилковою видається думка, що такі актори здатні надавати найдієвіший дискурсивний вплив на етапі прийняття офіційних політичних рішень, ігноруючи при цьому решту політичного циклу – формування політичного порядку денного, розробку, здійснення політичних дій

і контроль за їх дотриманням [60].

Новим феноменом формування нових недержавних акторів світової політики є екологічні рухи, ідеологічна активність міжнародного тероризму, озброєних недержавних суб'єктів. Будучи загрозою державній владі у міжнародній системі безпеки, вони беруть участь певною мірою у світовій політиці, підтримуючи відносини з іншими державами та недержавними суб'єктами.

Зростання інтегрованих систем комунікації створило умови для реальної участі широких верств населення у політиці, технології Web 2.0 підвищили інтерес та посилили інноваційний потенціал громадян у сфері публічного управління. Збільшився вплив соціальних та професійних мереж на прийняття політичних рішень в умовах, коли стійка вертикальна інституційна інтеграція політичних систем почала втрачати свій статус ефективної системи регулювання політичних відносин.

Тривалий час громадська думка сприймалася поза проблематикою управління державними справами та зовнішньою політикою. Починаючи з 1950-х років, під впливом деяких течій в американській політичній соціології, громадська думка поступово ідентифікується, а іноді й легітимізується як фактор, який вступає у процес ухвалення політичних рішень [60].

Як актор світової політики, громадська думка є феноменом, що одночасно поєднує в собі когнітивні або раціональні та емоційні елементи, і відноситься до категорії приватних суб'єктів міжнародних відносин. Будучи результатом сукупності індивідуальних думок, вона вважається «соціальним фактом» із винятково складним характером. Як складове явище воно внутрішньо різноспрямоване, але в кризових ситуаціях має тенденцію до консолідації, утворюючи широкий консенсус щодо захисту спільних цінностей. Громадська думка може одночасно визнавати об'єктивно суперечливі позиції, наприклад, ставлення у всьому світі до обов'язкової вакцинації від КОВІД-19. Вона керує подіями, а не передує їм: на цьому етапі громадська думка висловлює почуття страху, підтримки, побоювання чи надії, викликані

настанням події. Громадська думка багатогранна: різноманіття суспільної думки вимірюється варіаціями інтенсивності реакцій, але вона також здатна забезпечувати наступність поглядів та демонструвати належний рівень пристосовуваності своїх поглядів до обставин часу.

Як правило, внутрішні теми мають пріоритет для громадської думки над міжнародною проблематикою. Н. Луман характеризував громадську думку як середовище, внутрішнє для політичної системи, організацій та політичних взаємодій, що забезпечує загальнонаціональну замкнутість політичної системи та добудовує «аутистичний світ політики» [61]. Домінує уявлення, що, реалізуючи дискурсну функцію, громадська думка у світовій політиці виконує типовий для всіх інших акторів її медійного виміру набір завдань, що зводяться до інформування, підвищення обізнаності, гласності, протестів та демонстрацій. Основними каналами такої комунікації є традиційні та нові ЗМІ, соціальні мережі, всі комунікаційні можливості, що надаються Інтернетом, політична реклама, технології партизанського маркетингу, широкий спектр практик міжособистісної комунікації.

Громадська думка – явище ідеологічне, світоглядне, ціннісне. Значною мірою на його формування впливають не тільки події, що безпосередньо викликають необхідність реакції у відповідь, а й усталені, часом досить анахронічні стереотипи сприйняття предмета суспільної реакції. При цьому враховується ступінь, характер, спрямованість соціальної та політичної активності, ставлення до різних вітчизняних та зарубіжних політичних діячів, актуальних подій внутрішньо- та зовнішньополітичного життя, поінформованість про світову політику, реальний ступінь інтересу до того, що відбувається в системі міжнародних відносин; застосовуються також різного виду опитування, що проводяться серед обраної цільової аудиторії, вивчається контент популярних у її середовищі матеріалів ЗМІ та ресурсів соціальних мереж [62].

Погоджуючись із загальноприйнятим визначенням громадської думки, як актора світової політики, який здійснює нині значний вплив на її медійну

складову, необхідно зробити деякі застереження. Не втратило своєї актуальності судження Ю. Хабермаса, який позитивно оцінював вплив громадянського суспільства на політичну систему і визнавав роль політичного центру у підготовці рішення. Водночас він справедливо наголошував на незамінній ролі громадянського суспільства у розробці порядку денного: периферія громадянського суспільства має більшу чутливість у порівнянні з політичними центрами в тому, що стосується сприйняття та виявлення проблемних ситуацій у суспільстві. Ю. Хабермас зазначав, що «світова громадськість» стає видимою по глобальній узгодженості морального обурення, наприклад, коли відбуваються серйозні порушення прав людини і коли є докази порушення заборони військових нападів [63]. Однак вона обмежується окремими політичними темами, що просувають у суспільну свідомість ЗМІ. Щодо масштабів економічних, технічних та соціальних проблем глобалізації, то така світова громадськість існує лише щодо деяких аспектів. Це означає, що на глобальному рівні за багатьма політичними темами відсутня світова громадськість, яка б повністю заміняла національну громадськість [64]. Таким чином, немає і не може бути жодної єдиної світової громадської думки, світової громадськості з єдиною політико-ідеологічною, світоглядною, ціннісною орієнтацією.

В наш час формування громадської думки на національному, країновому рівні – контрольований процес і, за належного залучення необхідних комунікаційних ресурсів, керований. У ряді випадків відбувається зміщення епіцентру уваги та інтересу громадської думки на центральні теми глобального порядку денного від пріоритетних проблем світової політики у бік штучно створених тем другого рівня значимості [65].

Отже, дискурсивна активність недержавних акторів світової політики дедалі більше формує глобальний порядок денний, трансформуючи традиційну систему міжнародних відносин. Міжнародні недержавні організації, транснаціональні корпорації, глобальні медіа, цифрові платформи та окремі лідери думок активно використовують комунікативні механізми для

просування власних інтересів, норм і цінностей. Їхня участь у дискурсі міжнародної політики не лише доповнює, але й часом випереджає державну дипломатію, створюючи альтернативні наративи, впливаючи на громадську думку та формуючи уявлення про легітимність політичних рішень. Усе це свідчить про суттєве розширення медійного простору глобальної політики в умовах інформаційної глобалізації.

3.2. Глобальні засоби масової інформації як актори світової політики

Під глобальними засобами масової інформації (ЗМІ) розуміється вся сукупність медійних засобів – традиційні засоби масової інформації, нові медіа, комунікаційні засоби поширення інформації по каналах цифрових платформ, що генерують весь обсяг транскордонно циркульованої суспільно значущої інформації від організаторів таких комунікаційних процесів до реципієнтів у комбінаціях вибудовування таких інформаційних потоків. Глобальні ЗМІ не є політично та ідеологічно нейтральними технічними інформаційно-комунікаційними каналами транскордонно розповсюджуваної інформації. Створюючи і транслюючи контент, здійснюючи вибірковий селективний відбір інформації щодо суспільно-політичної значимості, сили емоційного впливу, замовчуючи одні події і концентруючи увагу аудиторій на інші, маніпулюючи величезними потоками інформації, вони завжди переслідують конкретні економічні та політичні цілі, що визначають методiku роботи ЗМІ.

Центральною констатацією, безумовно, є визнання глобальних ЗМІ як актора сучасної світової політики. Глобальні ЗМІ відповідають усім необхідним критеріям такого акторства, вважають себе і визнаються такими всіма іншими акторами світової політики: мають власні опосередковані в їхній діяльності інтереси та цілі, спрямованість (орієнтацію значень, когнітивні патерни і т.д.), мають необхідні ресурси для досягнення своїх цілей, стратегію дій, що дозволяє співвідносити наявні кошти із заявою [66].

Сучасний стан розвитку інформаційних технологій змушує глобальний

інформаційний простір як цілісний організм функціонувати відповідно до своєї внутрішньої логіки. Таке функціонування засноване на взаємодії та взаємовпливі різних засобів масової інформації (всіх форм і рівнів), які транслують та обмінюються конкуруючими поглядами, медійними стереотипами, що виступають у формі «соціальних конструкцій».

Формуючи картину світу, глобальні ЗМІ мають великий вплив на уявлення людей про події, що відбуваються на міжнародній арені, оскільки саме їм належить важлива, у певних випадках, вирішальна роль у формуванні інформаційного порядку денного, визначенні пріоритетів уваги людей до того, що відбувається в світі. Така функція глобальних ЗМІ є ефективним інструментом цілеспрямованої політичної мобілізації цільових аудиторій. Генеруючи транскордонні інформаційні потоки, глобальні ЗМІ здійснюють трансфер ідеологій, цінностей, світоглядів, викритих у форму інформації, що передається, або дискурсів, що ініціюються на її основі, серед таргетованих залежно від політичних цілей організаторів таких комунікаційних взаємодій аудиторій у межах національних держав, окремих регіонально-національних держав, окремих етнічних груп. Ця політико-ідеологічна функція виявляється у поданні відповідної інтерпретації об'єктивних реальностей міжнародного життя. Не маючи реальної можливості змусити споживачів інформації, яку вони розповсюджують, безпосередньо думати, вони впливають на ті процеси, як люди сприймають події, що відбуваються в світі, які висновки роблять з них і яким чином така рефлексія відбивається на їх соціальній поведінці [67].

Окремим питанням є визначення ступеня взаємної залежності між глобальними ЗМІ, як актором світової політики, та державою, як головним, ключовим, центральним актором міжнародних відносин. Визнання в даному контексті фактичної ролі глобальних ЗМІ як засобу легітимізації активності держави в міжнародних справах превалюють з урахуванням колосального масиву емпіричного матеріалу, що підтверджує цю гіпотезу, над поширеними в західній науковій літературі, що стали стереотипними, декларативними твердженнями про їх значення як засобу суспільного тиску, ефективного

інструменту суспільного контролю [68]. Як доказове підтвердження такого підходу до визнання домінуючого становища держави у взаємовідносинах із глобальними ЗМІ у питаннях зовнішньополітичного дискурсу, прихильники реалістичної оцінки акторства глобальних ЗМІ у світовій політиці наводять приклад того, як у 2003 р. напад США на Ірак було визначено адміністрацією Сполучених Штатів як визвольна війна, і вся інформаційна кампанія у глобальних західних ЗМІ на підтримку розв'язаної Білим домом війни будувалася на основі цього постулату.

Сьогодні має місце перехід від «медіацентричної» до «акторно-орієнтованої» моделі вимірювання медійного простору світової політики, де медійна активність кожного з акторів, а також взаємодія між ними служать індикаторами ступеня медіатизації світової політики, що набуло форми довгострокового процесу, за допомогою якого зростає значення засобів масової інформації та їх вплив.

Вивчення цієї моделі привело до формулювання двох висновків: глобальні ЗМІ, як актори світової політики, регулюють свою діяльність, виходячи з балансу інтересів політичної та власне медійної логіки своєї діяльності. Всі інші актори світової політики, навпаки, на різних етапах політичного процесу діють у сфері світової політики двояким чином: виходячи зі своїх політичних інтересів і підлаштовуючись під медійні інтереси глобальних ЗМІ, використовуючи їх як інструменти реалізації власних політичних інтересів, слідуючи властивій саме глобальним ЗМІ специфічній логіці відбору, особливостям окремих цільових аудиторій такого комунікаційного впливу [69].

ЗМІ можуть бути як частиною світової політики, так і частиною міжнародного середовища залежно від функцій, які вони реалізують у конкретному медійному продукті або інформаційній кампанії. ЗМІ є акторами світової політики, коли вони зумовлюють зміни у зовнішній політиці окремих акторів світової політики або порядку денного міжнародних відносин; ініціюють відповідну реакцію на дії учасників зовнішньополітичного процесу

або суб'єктів міжнародних відносин; формують громадську думку щодо рішень, подій чи процесів у міжнародних справах чи зовнішній політиці, мають прямий чи опосередкований вплив на функціонування міжнародної системи. У всіх інших випадках, коли ЗМІ виконують функцію інформування, вони не можуть сприйматися як актори світової політики. Звісно, це твердження стосується переважно традиційних глобальних ЗМІ, оскільки нові медіа, цифрові платформи з розміщеними соціальними мережами, супутникове телебачення, тобто всі інформаційно-комунікаційні ресурси, що діють у транскордонному світовому медійному просторі, завжди виконують безпосередньо чи опосередковано певну ідеологічну функцію.

Підтвердженням цьому є результати дослідження змісту повідомлень у соціальних мережах (X, Facebook та Instagram) політичних партій Нідерландів своїм виборцям, а саме якою мірою і яким чином популістські партії демонструють чіткий морально-риторичний профіль у соціальних мережах, що відрізняє їх від основних політиків. Моральна мова відіграє ключову роль у цьому процесі, оскільки вона привертає увагу в надмірно насиченому інформацією середовищі соціальних мереж і має значний вплив на політичні погляди, виконуючи ідеологічну функцію. Наведемо порівняння висловлювань правопопулістських партій (BBB, FvD, PVV, JA21) та їхніх непопулістських, правих аналогів (VVD, NSC), що дозволяє ізолювати вплив популізму від ширшого ідеологічного позиціонування (табл. 3.1).

Такий підхід мінімізує вплив відповідальності за проблему, пов'язану із загальним розколом між лівими та правими, та краще підкреслює, як популістські та непопулістські актори з різними політичними напрямками відрізняються своїм моральним форматом, конструюючи медійний простір та формуючи громадську думку суспільства.

Правопопулістські партії часто поєднують мову моральної шкоди/турботи з внутрішньогруповими посиленнями, такими як «громадянин», «власний» та «фермери», підкреслюючи національну ідентичність та захист від уявних зовнішніх загроз чи шкоди (наприклад, «Хамас», «шукач притулку»).

Таблиця 3.1

Список термінів, що найчастіше зустрічаються в публікаціях у соціальних мережах правопопулістських та правих основних партій Нідерландів
(складена автором за матеріалами [70])

Контекст	Правопопулістські партії	Праві основні партії
Турбота	Сила, ХАМАС, громадянин, власний, фермери, пропозиція, наслідки, шукач притулку, примусове право, люди похилого віку.	Один одного, ХАМАС, співпраця, верховенство права, міграція, поліція, безпека, праця, суспільство.
Влада	Шукач притулку, громадянин Нідерландів, фермери, примусове право, ХАМАС, люди похилого віку, наслідки, природа.	Безпека, часи, праця, один одного, міграція, злочинці, передвиборча програма, міжнародний, прийняття рішень, район.

Такі терміни, як «примусове право» та «наслідки», натякають на опозицію до чинної політики, тоді як згадки про «літніх людей» відображають турботу про вразливих членів внутрішньої групи. Так само їхня риторика щодо влади поєднується з темами націоналізму та опору.

На противагу цьому, основні праві партії використовують мову шкоди/турботи в поєднанні з термінами, що натякають на соціальну згуртованість та інституційну довіру, через такі терміни, як «співпраця», «суспільство», «верховенство права» та «безпека засобів до існування». Їхній дискурс влади переплітається з темами правопорядку, посиляючись на «злочинців», «рішення» та «сусідство» [70].

Глобальні ЗМІ, виконуючи функції конструювання медійного простору світової політики, завжди у глобальному інформаційному просторі є найважливішими акторами медійного виміру сучасної світової політики, важливим фактором прямого чи непрямого впливу на події міжнародного життя.

Все більш явне розмивання кордонів між внутрішньою та міжнародною політикою і, як наслідок, сприйняття багатьох форм впливу (позитивного чи негативного) на повсякденне життя людей, що зумовлюються саме такою взаємозалежністю внутрішньої та зовнішньої політики, змушує людей звертати у своєму повсякденному житті все більшу увагу на міжнародні події як

першопричинні. Ще один парадокс полягає в тому, що саме проблематика, пов'язана зі світовою політикою через когнітивні здібності людей сприймається у вигляді спрощених моделей суджень про світову політику, які формуються переважно засобами масової інформації, що створюють медійну картину світу. Саме за таким принципом будується технологія фреймінгу (framing effect), що широко застосовується глобальними ЗМІ і дозволяє впливати на громадську думку [71].

Класичним у цьому контексті є приклад періоду президентства Дж. Буша, коли протягом 1991 р., під час і відразу після терактів 11 вересня в Нью-Йорку і розпочатої США та їх союзниками по НАТО війни в Перській затоці, багато досліджень показали, що позитивні оцінки дій президента Дж. Буша в галузі зовнішньої політики зумовлювали загальну оцінку національної та міжнародної громадської думки щодо його президентської діяльності. Однак у 1992 р. популярність Дж. Буша різко впала. Погіршення його популярності стало результатом зміни порядку денного глобальних та національних ЗМІ від питань зовнішньої політики (протидія міжнародному тероризму, війна в Перській затоці) до економічних питань (рецесія) [72].

Генерований медійний продукт ідеологічно інтерпретує поточні події відповідно до світогляду, політичних та комерційних цілей організаторів таких комунікацій, що пов'язано з неявними або явними наслідками для добробуту країни, визначення та концептуалізації ступеня добробуту і навіть виживання нації [73].

У багатьох історичних прикладах, починаючи з війни в Афганістані і закінчуючи перманентними наступальними діями Ізраїлю на суміжних арабських територіях, у сучасних війнах проблема не в їхній реальності, а в тому, як люди сприймають цю реальність. Тому використання психологічної війни, змішаного інструменту між військовими діями та піаром, стало неминучим. Платформи глобальних мереж сприяли у всьому світі посиленню поляризації навколо давно існуючих культурних, расових, етнічних та сектантських конфліктів у зв'язку з характером бізнес-моделі соціальних мереж [74].

Глобальні ЗМІ концентрують увагу на формуванні медіареальності подій, що відбуваються в світі, а не на процесах, відображенням яких вони є, і не на їх взаємозв'язках логічних підходів осмислення того, що відбувається, домінує над ефектом видовищності візуального сприйняття. До суспільного дискурсу вносяться короткострокові стратегії вирішення проблем світової політики. У своїй сукупності такі технології формування медійної реальності світової політики значно підвищують можливості ефективного маніпулювання цільовими аудиторіями. З урахуванням транскордонного охоплення таких аудиторій у масштабах світового інформаційного простору, глобальні ЗМІ, будучи самостійним актором світової політики, набули водночас якості значущого силового ресурсу держави в її зовнішньополітичній активності як актора сучасних міжнародних відносин.

ООН зобов'язана виконувати необхідні дії для стимуляції плідного діалогу між державами з метою забезпечення розуміння необхідності формування загальних безпекових засад застосування ІКТ і безпосередньо складових ІКТ, а також у виробленні єдиного розуміння в питаннях використання міжнародних правових норм, порядку і принципів законного поводження держав у зазначеній сфері, зміцнення транспарентності, а також сприяти нарощуванню потенціалу та поширенню передового досвіду. Це важливо, бо певні держави нарощують свої потенційні можливості у галузі ІКТ для цілей оборонного комплексу, оскільки ІКТ у майбутніх протистояннях будуть використовуватися набагато ширше.

3.3. Транснаціональні корпорації як актори медійного простору сучасної світової політики

Міжнародні відносини складаються із відносин між державами, що становить суть державно-орієнтованого підходу, або реалізму. Більш відкритий підхід, плюралізм, заснований на тезі, що суб'єктами міжнародних відносин також виступають недержавні актори, які впливають на світову політику та

беруть активну участь у ній.

«Транснаціоналізм» як один із напрямів неолібералізму, передбачає, що міжнародні відносини не обмежуються відносинами між урядами, а є сферою активності значної кількості суб'єктів міжнародного спілкування, що має широкий спектр форм та методів такої участі у світовій політиці з різновекторною спрямованістю інтересів та реалізованих цілей.

В умовах інформатизації та глобалізації економіки ТНК перетворюються на основну ланку науково-технічної інфраструктури сучасного світового господарства. ТНК не просто виконують функції його інформаційного обслуговування, а й активно впливають на громадську думку [75].

Основним завданням медійної політики в умовах цифровізації є встановлення та підтримка комунікативних зв'язків та забезпечення взаєморозуміння, що відповідає корпоративним інтересам, між стратегічними «групами впливу» - клієнтами, акціонерами, інвесторами, персоналом, а також сприяння просуванню в конкурентному середовищі відповідних ринків товарів чи послуг компанії. Суть змін, які відбуваються, полягає в тому, що комунікація, як сукупність інформаційних технологій, при залученні засобів дослідження громадської думки та надання комунікативного впливу на громадськість тісно переплітається з методами, формами та інструментарієм маркетингу, породжуючи із взаємозалежності взаємну доповнюваність, веде до все більшої взаємодії акторів міжнародних відносин.

Цифровізація грає дедалі більшу роль у комунікаціях бізнесу. Платформи соціальних мереж набувають все більшого значення, але інші цифрові формати (інформаційні бюлетені, блоги чи подкасти) також стають популярними. Традиційні засоби масової інформації, такі як радіо чи телебачення, використовуються рідше.

Спеціалізовані ЗМІ як традиційне основне джерело професійно затребуваної інформації в даному сегменті бізнес-комунікацій розширили свої пропозиції за рахунок випуску онлайн-версій видань та інтеграції в інтернет-контент [76]. Це відображення загальної тенденції переходу більшості

друкованих засобів масової інформації на випуск онлайн-версій. ЗМІ поступово здають позиції як головну комунікаційну платформу бізнесу на користь інтерактивних та демократичних каналів комунікації, що дозволяють вести персоналізований діалог з потенційним клієнтом (соціальні мережі та інтернет-сайти). Деякі видання новин повністю відмовилися від друкованої версії, наприклад, британська газета The Independent, останній друкований тираж якої вийшов 20 березня 2016 р.

Сучасна основа міжнародних бізнес-комунікацій складає співпрацю з онлайн-журналістикою; сервіси розсилки повідомлень у компаніях комерційного сектору автоматично розміщують контент у нових медіа, підтримують систематичну присутність у ЗМІ у прив'язці до актуальних тем, створюючи та використовуючи інфоприводи та забезпечуючи стабільне охоплення аудиторій. Алгоритми онлайн функціонуючих ресурсів ведуть моніторинг новин у ЗМІ та соціальних мережах, сприяючи правильному плануванню стратегії медіаприсутності компаній. На цьому будується піратство новин (Newsjacking) - технологія використання реальних подій для просування продукту на основі інтеграції торгової марки в новинну інформацію про значущі події. Поява цього виду маркетингу пов'язана з популяризацією інтернету, розвитком нових медіа, удосконаленням інструментів пошуку в мережі, запуском додатків та служб виявлення, повідомлення про зміну контенту (Google Alerts та ін.) [77].

Акцент бізнес-комунікації переноситься в онлайн-простір. У діяльності структур зв'язків із громадськістю інтереси блогерів і відеоблогерів (Vlogger) займають важливе місце, яке до останнього часу відводилося журналістам традиційних ЗМІ, з ними ведеться цілеспрямована робота, вони все частіше запрошуються на всі заходи, які раніше влаштовувалися фірмами для журналістів з редакцій інформаційних агентств, друкованих видань, радіо та телебачення.

Постпандемійна медійна політика бізнесу будується з урахуванням мегатрендів у міжнародних відносинах, довгострокових процесів змін в

організації, формах та методах ведення бізнесу та побудови бізнес-стратегій з далекосяжними наслідками. Мегатренди піддаються класифікації: New Work (нові види зайнятості), Gender Shift (гендерні зрушення на ринках зайнятості та в споживчому середовищі), Silver Society (срібний вік, третій вік, особи похилого віку як специфічна велика цільова аудиторія споживачів товарів та послуг), Health (здоров'я), Neo-Ecology (неоекологія), Individualization (індивідуалізація), Globalization (глобалізація), Urbanization (урбанізація), Mobility (мобільність), Connectivity (сучасні комунікативні засоби зв'язку), Knowledge Culture (культура знань), Security (безпека) у їх взаємозв'язку та взаємозумовленості [78].

Зовнішні комунікації бізнесу в міжнародних відносинах, як основний канал інформації про бізнес, дотримуючись принципів відповідності суспільному інтересу поряд з інтересами бізнесу, повинні будуватися з урахуванням недопущення дій, здатних за рахунок маніпулювання інформацією, залучення неперевіраних або недостовірних відомостей, домислів, всякого роду чуток, вводити в оману громадськість та засоби масової інформації, як суспільні канали комунікації.

Як у сфері економіки, так і в політиці Інтернет перетворився на поле комунікаційних битв за найбільш оптимальне позиціонування бренду будь-якими доступними організатору комунікації методами. Сьогодні актуальним є термін «культура скасування» («cancel culture»), що має на увазі соціальне явище, засноване на відмові від підтримки людей і компаній в міжнародному бізнесі після їх публічних виступів або заяв, що не відповідають думці та цінностям мас. Ці процеси безпосередні часто пов'язані з різними політичними процесами в міжнародних відносинах.

«Культуру скасування» можна назвати поширеним феноменом сучасного суспільства, чому сприяв, в першу чергу, активний розвиток ІТ-сфери та розширення доступу населення до ресурсів глобальної мережі Інтернет з явною тенденцією до трансформації в майданчик вельми агресивних за характером дискусій на суспільно-політичні теми в руслі відомого призиву Трампа в

Twitter до відмови від «політкоректності» [79].

Явище «культура скасування» є одним із ключових факторів притягнення до відповідальності тих публічних особистостей, чия думка вважалася суперечливою, прикладом є вихід низки зарубіжних компаній з ринку РФ після початку її повномасштабного вторгнення в Україну (табл. 3.2). Причинами цього стали внутрішні морально-ціннісні принципи великих міжнародних корпорацій, адміністративні обмеження, можливі фінансові збитки у подальшому на цих ринках та громадська думка більшість країн, яка засуджувала агресію РФ.

Таблиця 3.2

Кількість міжнародних компаній, що працюють на російському ринку та залишили його після початку російсько-української війни
(складена автором за матеріалами [80])

Дії компанії	Працюють далі	Зупиняють інвестиції	Скорочують діяльність	Призупиняють діяльність	Залишають ринок	Вихід завершено
Кількість компаній	1725	113	493	776	599	503

Розглядаючи критерії об'єктивності та відкритості стратегічних бізнес-комунікацій, доречно звернути увагу на новий тренд в оцінці корпоративної соціальної відповідальності сучасного бізнесу, що особливо оперує у транснаціональному вимірі, за такими критеріями: «екологія, соціальна політика та корпоративне управління», побудований на врахуванні відповідності діяльності компаній принципам відповідального ставлення до навколишнього середовища (E – environment), високої соціальної відповідальності (S – social) та високої якості корпоративного управління (G – governance), сформульованим колишнім генеральним секретарем ООН Аннаном, який запропонував ТНК включити ці принципи у свої стратегії, насамперед для боротьби зі зміною клімату. Очікується, що вже найближчим часом світові фонди перестануть інвестувати в компанії, які ігнорують

принципи сталого розвитку та ESG. Саме стратегія сталого розвитку є одним із основних трендів світової політики, активно популяризується у медійному просторі і заохочується у діяльності ТНК через механізм різних комерційних стимулів, що в подальшому призводить до її ретрансляції через транснаціональні бізнес-комунікації.

ESG-рейтинг найбільших по капіталізації американських компаній технологічного сектору наведено в табл. 3.3.

Таблиця 3.3

ESG-рейтинг компаній технологічного сектору у 2024 році
(сформовано автором на основі ESG-рейтингу компаній наведених у таблиці агентств [81-86])

Компанії	S&P Global ESG	MSCI ESG Research	Sustainalytics	JUST Capital	LSEG	Bloomberg	Profit Margin
Tesla Inc	37	BBB	24.7	697th of 937	72	52	13.12%
Apple Inc	46	BBB	16.8	17th of 937	72	64	23.97%
Accenture plc	54	AA	11.9	3th of 937	81	64	11.19%
Adobe Inc	57	AAA	14.1	34th of 937	77	63	25.59%
ASML Holding NV	70	AAA	9.2	-	75	-	26.40%
Broadcom Inc	36	A	19.2	269th of 937	53	-	10.88%
Salesforce Inc	61	AA	15.0	23th of 937	60	54	15.44%
Cisco Systems Inc	67	AA	12.9	118th of 937	66	55	17.73%
Microsoft Corporation	56	AA	14.2	42th of 937	78	69	35.61%
ServiceNow Inc	57	AAA	15.0	37th of 937	79	75	12.77%

Таким чином, з огляду на викладене, можна перейти до узагальнення основних положень, які розкривають суть і значення транснаціональних корпорацій як впливових суб’єктів медійного простору у контексті сучасної світової політики.

Транснаціональні корпорації, володіючи значними фінансовими, технологічними та комунікаційними ресурсами, виступають потужними акторами медійного простору сучасної світової політики. Через контроль над

глобальними платформами, засобами масової інформації та алгоритмами поширення інформації, вони не лише формують суспільні уявлення про ключові події та процеси, але й впливають на політичні рішення, суспільну думку та міжнародні дискурси. Проте цей процес взаємний. Інформаційна влада ТНК дедалі частіше набуває політичного виміру, що ставить під сумнів межі між економічною та політичною діяльністю у глобальному медійному середовищі.

Висновки до розділу 3

У сучасній системі міжнародних відносин дискурсивна активність недержавних акторів набуває стратегічного значення, оскільки саме через участь у публічному дискурсі ці суб'єкти реалізують свій вплив на політичні процеси, інститути та норми глобального рівня. В умовах посиленої глобалізації, діджиталізації та зростання взаємозалежності у світі, недержавні актори – неурядові організації, транснаціональні корпорації, епістемічні спільноти, релігійні асоціації, глобальні медіа, SPIN-мережі та інші – виступають як ключові ініціатори, модератори й навіть арбітри політичних дискусій з питань, що мають міжнародне значення. Їхня участь у формуванні порядку денного міжнародної політики, трансляції цінностей, адвокації прав людини, екологічних і соціальних стандартів забезпечується завдяки поєднанню низки ресурсів: морального авторитету, спеціалізованої експертизи, комунікаційної спроможності, фінансової потужності та спроможності до мобілізації громадської думки.

Завдяки використанню новітніх ІКТ, зокрема соціальних мереж, цифрових платформ і стратегічних комунікацій, недержавні актори отримали безпрецедентну можливість поширювати свої наративи, конкурувати за домінування в медійному полі, впливати на рішення урядів, міжнародних організацій та транснаціональних структур. Водночас їхня дискурсивна активність не є однозначною: з одного боку, вони можуть бути носіями

прогресивних ініціатив, а з іншого – інструментом політичної маніпуляції, лобізму або навіть деструктивного впливу, особливо у випадках залучення до інформаційно-пропагандистської діяльності, антиінституційної активності або гібридних впливів.

Глобальні засоби масової інформації перетворилися з традиційних каналів поширення інформації на повноцінних акторів світової політики. Завдяки здатності формувати суспільні уявлення про міжнародні події, транслювати політичні меседжі, структурувати інформаційний порядок денний і мобілізувати громадську думку, вони значною мірою впливають на прийняття рішень урядами, міжнародними організаціями та іншими суб'єктами глобальної політики. Глобальні ЗМІ вже не є нейтральними трансляторами фактів. Їхня діяльність передбачає відбір, інтерпретацію, акцентуацію або замовчування інформації відповідно до стратегічних політичних і економічних інтересів. У цьому сенсі вони формують не лише інформаційне середовище, а й когнітивну реальність, у межах якої діють інші актори міжнародних відносин. Їхній вплив особливо посилюється в умовах криз, конфліктів або глобальних інформаційних кампаній, коли медійне висвітлення здатне визначити політичні наслідки певної події. Крім того, глобальні ЗМІ не лише взаємодіють з державами, а й часто залежать від них або використовуються як засіб легітимації зовнішньополітичних дій.

У сучасних міжнародних відносинах транснаціональні корпорації відіграють все більш вагому роль не лише як економічні, а й як інформаційно-комунікаційні актори. Вони активно впливають на формування громадської думки, використовують цифрові інструменти комунікації для просування власних інтересів та стратегій, а також беруть участь у глобальному політичному дискурсі. Перехід до цифрових форматів, зростання ролі соціальних мереж, нових медіа, блогерів і феномену «культури скасування» трансформують традиційні підходи до ведення бізнесу та інформаційної політики.

ВИСНОВКИ

У результаті розгляду теоретичних основ формування медійного простору, місця та ролі держави й недержавних акторів у формуванні медійної реальності світової політики зроблено наступні висновки.

1. Визначення медійної складової світової політики в умовах формування нового світового порядку дало змогу виявити особливості її трансформації з інструменту комунікації у самостійний чинник глобального впливу, що формує не лише інформаційний порядок денний, але й політичні змісти, ідеологічні орієнтири та соціальні практики. У контексті наростаючої поліцентричності світу, кризи ліберального порядку, технологічної революції та переходу до цифрової реальності медіа перестають бути пасивними ретрансляторами інформації, перетворюючись на повноцінних суб'єктів міжнародних відносин.

Глобалізація комунікацій, зміна джерел та швидкості поширення інформації, а також гібридність сучасних конфліктів, у яких інформація стає зброєю, зумовлюють потребу переосмислення теоретичних засад медійної політики. Сучасні ЗМІ не лише відображають реальність, а активно її формують, впливаючи на масову свідомість, поведінку громадськості, міжнародну легітимність рішень та механізми управління.

Дослідження ідеології як складової медійного простору сучасної світової політики дозволило визначити її ключовим чинником, що забезпечує характер зовнішньополітичної діяльності держав, зміст медійного простору. Її роль суттєво зросла у контексті постбіполярного світу та глобалізаційних процесів, де ідеологічні наративи дедалі частіше застосовуються як елемент системи впливу на громадську думку, визнання влади та мобілізації політичних рішень. Ідеологічні парадигми пронизують широкий спектр концепцій – від лібералізму та неоконсерватизму до трансгуманізму та ісламізму – кожна з яких репрезентує спробу інтерпретувати й змінити світ відповідно до власної ціннісної системи. При цьому значущість ідеології у сучасних міжнародних відносинах не лише не зменшилася після завершення холодної війни, а навпаки

– зросла, набувши нових форм у взаємозв'язку з інформаційними технологіями, культурною диференціацією та викликами безпеки.

2. Аналіз формування інформаційного суспільства та цифрової нерівності дозволив виявити трансформацію архітектури глобального медійного простору, де створюються умови для підвищення ролі знань, технологій та комунікацій у світовій політиці. Водночас процес цифровізації супроводжується посиленням нерівності між країнами Півночі та Півдня, яка проявляється не лише в доступі до технологій, але й у можливості впливу на інформаційні потоки та глобальний порядок денний. Цифровий розрив, комерціалізація знань і концентрація контролю за інформацією в руках транснаціональних корпорацій не лише закріплюють домінування окремих центрів сили, а й ускладнюють становлення справді інклюзивного інформаційного суспільства. Відтак, медійний простір є не нейтральним середовищем, а полем боротьби за владу, ресурси в умовах асиметричного глобального розвитку.

3. На основі дослідження медійної політики як інструмента інформаційної політики держави та захисту інформаційного суверенітету було виявлено зростання ролі інформації у глобальному управлінні. Інформаційна політика, маючи ідеологічну природу, відображає баланс між потребою в національній безпеці та демократичними цінностями, зокрема свободою слова. У зазначеному контексті медійна політика здійснює дві функції – забезпечуючи регуляцію інформаційного простору через нормативно-правові, інституційні та стратегічні механізми та представляючи канал поширення інформації між країною та громадськістю, сприяючи формуванню національного наративу, консолідації громадян і протидії дезінформаційним кампаніям.

В умовах російської агресії проти України медійна політика постала як ключовий інструмент оборони держави в інформаційній війні. Одночасно, міжнародна складова медійної політики набуває все більшого значення: співпраця з партнерами з ЄС, НАТО та США вимагає адаптації української системи управління медіа до міжнародних стандартів, з урахуванням демократичних принципів і дотримання прав людини.

4. Аналіз особливостей політичної комунікації держави як суб'єкта медійної політики дозволяє її схарактеризувати складним, динамічним та багатовимірним феноменом, що формується на перетині політичних процесів, інформаційних технологій і стратегічного управління громадською думкою. Держава в сучасних умовах змушена адаптуватися до нової логіки інформаційної взаємодії, де ключовими є безпосередньо не контрольні заходи чи регулювання, а й діалог, участь, прозорість і репутаційне управління. Концепція «Agenda-setting» наочно демонструє, як медіа визначають пріоритети у суспільному сприйнятті політичних подій, тим самим впливаючи на політичні рішення. У цьому контексті держава не лише формує медійний порядок денний, а й стає його об'єктом, змагаючись за позитивний імідж, довіру громадян і міжнародне визнання. Особливої актуальності набуває електронна комунікація в межах концепцій електронної демократії та електронного уряду, які не лише змінюють характер відносин між владою та громадянами, а й відкривають нові горизонти для підвищення ефективності управління, прозорості політичних процесів і посилення громадянської участі.

На основі визначення медійної складової цифрової дипломатії держав було виокремлено її трансформуючу роль, яка є невід'ємною складовою сучасної зовнішньополітичної діяльності держав, змінюючи традиційні форми дипломатичного спілкування на інтерактивні, візуально привабливі та оперативні комунікації в цифровому просторі. Значної уваги заслуговує роль соціальних мереж – таких як X, Instagram, TikTok чи Snapchat – у якості каналів комунікації не лише між державами, але й між владою та суспільством. Сьогодні ефективна дипломатія неможлива без активної присутності в цифровому просторі. Взаємодія з молодіжною аудиторією, оперативне роз'яснення політичних кроків, розвінчування фейків та інформаційних атак, презентація культурної спадщини держави – усе це здійснюється через медійну складову цифрової дипломатії. Водночас цифрова дипломатія виконує не лише зовнішньокommunikativну функцію, а й сприяє ефективній внутрішній взаємодії між структурами державного управління. На прикладах країн, як Канада,

Велика Британія, США, Італія, Фінляндія та інші, простежується тенденція до системної інтеграції цифрових інструментів у зовнішньополітичну практику, що підтверджує їхню ефективність.

5. Досліджуючи дискурсивну активність недержавних акторів світових політичних відносин, визначено, що ТНК, глобальні медіа, міжнародні неурядові організації, епістемічні спільноти, релігійні об'єднання та громадські рухи, наділені потужним дискурсивним потенціалом. Вони мають можливість генерувати політичні наративи, формувати альтернативні погляди на глобальні процеси, конструювати нові змісти та ціннісні орієнтири, що безпосередньо впливають на сприйняття проблем і рішення у сфері міжнародної політики. Вони дедалі частіше виступають джерелом «дискурсивної влади», яка є не менш ефективною за традиційні форми політичного домінування, адже впливає на формування норм, стандартів, пріоритетів та моделей поведінки як держав, так і міжнародних організацій.

Розглядаючи глобальні засоби масової інформації, було відзначено їх перетворення з інструментів інформування на повноцінних акторів світових політичних процесів, що впливають на формування міжнародного порядку денного, суспільної свідомості, політичних рішень і навіть перебіг міжнародних подій. Вони діють не лише як посередники в передачі інформації, але й як активні суб'єкти, що формують політичну реальність, здійснюють селекцію інформації, застосовують фреймінг, задають ціннісні орієнтири та просувають ідеології, залежно від політичних інтересів акторів, які стоять за їхнім функціонуванням. Їхня діяльність відображає тісну взаємозалежність між медіа і державами, де ЗМІ можуть як легітимізувати зовнішньополітичні дії держав, наприклад війну США в Іраку, так і виконувати функцію тиску або контролю, як це здійснюється при висвітленні війни в Україні та конфлікті на Близькому Сході. У глобальному інформаційному просторі вони виступають потужним інструментом впливу на масову свідомість і соціальну поведінку, що робить їх одним із ключових факторів у трансформації сучасної архітектури міжнародних відносин.

У процесі дослідження транснаціональних корпорацій як акторів медійного простору сучасної світової політики відзначено їх ключову роль у формуванні та трансляванні на глобальному рівні наративів, цінностей та поведінкових моделей, що впливають на громадську думку, державну політику, бізнес-середовище та соціокультурні процеси. Їхня медійна активність забезпечує не лише просування торговельних марок, товарів, але й позитивний імідж, виконання принципів корпоративної соціальної відповідальності та реалізацію глобальних ініціатив.

Зміни у формах ведення бізнес-комунікацій, зокрема перехід до цифрових форматів, використання механізмів «культури скасування», зростання ролі ESG-критеріїв та нових форм онлайн-журналістики, підкреслюють, що ТНК дедалі активніше функціонують як впливові актори у глобальному інформаційному просторі. Вони не лише реагують на соціально-політичні зміни, але й самі їх ініціюють або каталізують.

Таким чином, актори медійного простору займають значне місце у реалізації світової політики на сучасному етапі, виступаючи посередниками, творцями та трансляторами політичних змістів та ідеологічних наративів. Поряд із традиційними медіа та державними структурами, все більший вплив мають недержавні актори. Вони не лише інформують аудиторію, а й формують суспільні настрої, мобілізують підтримку, здійснюють інформаційний тиск і вплив на процес прийняття рішень в політичній сфері. У контексті глобалізації, гібридних загроз та цифрової трансформації, взаємодія між цими акторами стає визначальним чинником у конструюванні реальності, легітимізації політичної влади та забезпеченні стратегічних інтересів країн у міжнародному просторі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Терещук В. І. Політичні проблеми розвитку глобальної медійної системи в постбіполярний період : монографія. Київ: Таксон, 2019. 350 с.
2. Couldry N., McCarthy A. Mediaspace: Place, Scale and Culture in a Media Age. New York: Routledge, 2004. 372 p.
3. Berestova T. F. Information Space and Information Process: Genesis and Evolution. *Semiconductor Science and Information*. Devices 2(1). April 2020. 374 p.
4. Donges P. Medien als Institutionen und ihre Auswirkungen auf Organisationen. *Perspektiven des soziologischen Neo Institutionalismus für die Kommunikationswissenschaft*. In: Medien & Kommunikationswissenschaft. 54 (4). 2016. P. 563-578.
5. Hjarvard S. The Mediatization of Society. *A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change*. In: Nordicom Review 29 (2). 2018. P. 105-134.
6. Parsons T. The System of Modern Societies. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1971. 152 p.
7. Merton R. Social Theory and Social Structure. New York, 1968. 731 p.
- 8 Hjarvard S. The Mediatization of Society: A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change. *Nordicom Review*. 29, 2018. P. 105-126.
9. Beniger J.R. The Control Revolution. Technological and Economic Origins of the Information Society. Harvard University Press. Cambridge, Massachusetts, and London, England, 1986. 482 p.
10. Otte M. Weltsystem Crash. Krisen, Unruhen und die Geburt einer neuen Weltordnung. München. FinanzBuch Verlag. 2020. URL: <https://dokumen.pub/qdownload/weltsystemcrash-krisen-unruhen-und-die-geburt-einer-neuen-weltordnung-9783960925217.html> (Last accessed: 01.10.2025)
11. Künzler M., Wassmer Ch., Oehmer F., Puppis M. Medien als Institutionen und Organisationen: Anachronismus in der Onlinewelt? Researchgate.net. URL: https://www.researchgate.net/publication/236902983_Medien_als_Institutionen_und_Organisationen_Institutionalistische_Ansatze_in_der_Publizistik-_und_Kommunikationswissenschaft (Last accessed: 03.10.2025).

12. Black S. Practice of Public Relations. Routledge. 4 th Edition, 1995. 527 p.
13. Jackson P., Nexon D. Paradigmatic Faults in International-Relations Theory. *International Studies Quarterly*, 53. 2019. P. 907-930.
14. Citizens in an Interconnected and Polycentric World. 2022. URL: https://eulacfoundation.org/system/files/digital_library/2023-07/citizens.pdf (Last accessed: 05.10.2025).
15. International Relations Theory for the Twenty-First Century. Edited by Martin Griffiths. First published by Routledge, 2017. 537 p.
16. Aron R. L'opium des intellectuels. Pluriel, 2010. 367 p.
17. Goldstein J., Keohane R. Ideas and Foreign Policy. Cornell University Press, 2023. 486 p.
18. Fukuyama F. End of History and the Last Man. New ork. Free Press. Reissue edition, 2006. 562 p.
19. Huntington S.P. The Clash of Civilizations? Foreign Affairs. Summer 2013. 72(3) P. 22-49
- 20 Hunt M.H. Ideology and U.S. Foreign Policyю Yale University Press; 2nd edition, 2019. 468 p.
21. Anheier H.K. The Future of the Liberal Order. The Key Questions. Routledge, 2022. 375 p.
22. Zimmermann H., Elsinger M. Grundlagen der internationalen Beziehungen. Stuttgart. Verlag W. Kohlhammer GmbH, 2019. 348 p.
23. Klare M.T. The Clinton Doctrine. President Clinton's decision to use military force against the Serbs was not simply a calculated response to Slobodan Milosevic's intransigence. April 1, 1999. URL: <https://www.thenation.com/article/archive/clinton-doctrine/> (Last accessed: 06.10.2025).
24. Bittlingmayer U.H. Transformation der notwendigkeit. Prekarisierte Habitusformen als Kehrseite der „Wissensgesellschaft“. Springer, 2021. 216 p.
25. Fifteen Years Since UNCTAD/DTL/STICT/2020/1. the 2020, World Summit on the Information Society. United Nations. URL:

https://unctad.org/system/files/official-document/dtlstict2020d1_en.pdf (Last accessed: 07.10.2025).

26. Etim A.S. Developing Countries and Technology Inclusion in the 21st Century Information Society. Information Science Reference. IGI Global. 2020. 652 p.

27. UN Trade and Development (UNCTAD). URL: <https://unctad.org/publications> (Last accessed: 07.10.2025).

28. Bonfadelli H. Schlüsselwerke der Medienwirkungsforschung. Springer Fachmedien. Wiesbaden, 2016. 647 p.

29. Levy F. Computers and Populism: Artificial Intelligence, Jobs, and Politics in the Near Term. *Oxford Review of Economic Policy*. 2024. vol.34. №3. P. 393–417

30. Савосько Т. Особливості формування державної інформаційної політики. *Аспекти публічного управління*. 2024. 12(1). С. 22-28. DOI: <https://doi.org/10.15421/152403>

31. Ярема О.Г. Зміст інформаційного суверенітету в контексті державного суверенітету. *Юридичний науковий електронний журнал*. 2022. №3. С.191-194.

32. Wang Huning. Cultural Expansion and Cultural Sovereignty: The Challenge to the Concept of Sovereignty. *Journal of Fudan University*. Vol. 3. 2024. P. 157-169.

33. Кіссінджер Г. Світовий порядок. Роздуми про характер націй в історичному контексті. Київ: Наш формат, 2025. 400 с.

34. Damon L. Freedom of Information versus National Sovereignty: The Need for a New Global Forum for the Resolution of Transborder Data Flow Problems. *Fordham International Law Journal*. 1986. Vol. 10. Issue 2. P. 262 - 287.

35. Gonzales F. G. The emergence of personal data protection as a fundamental right of the UE. Springer, 2024. 365 p.

36. Котерлін І. Б. Інформаційна безпека в умовах воєнного стану в аспекті забезпечення інформаційних прав та свобод. *Актуальні проблеми вітчизняної юриспруденції*. 2022. №1. С.150-155.

37. Почепцов Г. Г. Контроль над разумом. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2012. 350 с.
38. Ліпкан В. А. Політичні засади геостратегії сучасної Української Держави : монографія. Одеса: Видавничий дім «Гельветика», 2024. 830 с.
39. Бернейс Е. Пропаганда. Пер. з англ. Київ: Hippo Publishing, 2010. 635 с.
40. Barnett MN, Finnemore M. Rules for the World. International Organizations in Global Politics. London, UK: Ithaca, 2004. 732 p.
41. Braun Benjamin, Schindler Sebastian, Wille T. Rethinking agency in International Relations: performativity, performances and actor-networks. *Journal of International Relations and Development*. 1 December 2019. P. 132-147.
42. Ross A. The Industries of the Future. Simon & Schuster. Reprint Edition, 2017. 248 p.
43. Clift Steven Digital Democracy Report - Minnesota Government Information Access Council – 1996. URL:<https://stevenclift.com/digital-democracy-report-from-the-minnesota-government-information-access-council-1996/> (Last accessed: 08.10.2025).
44. Dizard W.Jr. Digital Diplomacy: U.S. Foreign Policy in the Information Age. Praeger, 2021. 358 p.
45. Verrekia B. Digital Diplomacy and Its Effect on International Relations. *Independent Study Project (ISP) Collection*. № 2596. 2024. P. 17.
46. Digital Diplomacy, E-diplomacy, Cyber diplomacy. DiploFoundation. diplomacy.edu. URL: <https://diplomacy.edu/e-diplomacy> (Last accessed: 08.10.2025).
47. Lufkens M. Twiplomacy Study 2018. 2018. URL: <https://twiplomacy.com/blog/twiplomacy-study-2018/> (Last accessed: 09.10.2025).
48. A Digital DFAT: Joining the 21st Century. LOWY Institute for international policy. URL: [server.com/sound/A_digital_DFAT.pdf](https://www.lowyinstitute.org/publications/a-digital-dfat-joining-the-21st-century) (Last accessed: 10.10.2025).

49. Italian Ministry of Foreign Affairs. Collezione Farnesina. 2024. URL: <https://artsandculture.google.com/partner/ministero-affari-esteri> (Last accessed: 11.10.2025).

50. Romania Hosts NATO Exercise in a Virtual World. NATO. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=dZ3S4OpKlFs&feature=youtu.be> (Last accessed: 12.10.2025).

51. Adler-Nissen R. Conclusion: Relationism or Why Diplomats Find International Relations Theory Strange. *Diplomacy and the Making of World Politics*. Cambridge. Cambridge University Press, 2025. 308 p.

52. Velikaya A., Simons G. *Public Diplomacy: Evolution and Practice*. Palgrave Macmillan, 2020. 305 p.

53. IT Strategic Plan: Fiscal Years 2011-2013 - Digital Diplomacy. Report Bureau of information Resource Management. September 1, 2010. US Department of State. URL: <https://2011-2013.state.gov/m/irm/rls/148572.htm> (Last accessed: 13.10.2025).

54. Collaboration in the Corridor: State Department site helps staff connect. GCN Technology, Tools for Public Sector IT. URL: <https://latitudefrance.diplomatie.gouv.fr/> (Last accessed: 13.10.2025).

55. Major Programs of IRM's Office of eDiplomacy. US Department of State. URL: <https://2009-2017.state.gov/m/irm/ediplomacy/c23840.htm> (Last accessed: 14.10.2025).

56. Hutchings, R., Suri, J. *Modern Diplomacy in Practice*. Robert Hutchings, Jeremi Suri. Palgrave Macmillan, 2020. 141 p.

57. Burbach D.T., Watts, C. *Messing with the Enemy: Surviving in a Social Media World of Hackers, Terrorists, Russians, and Fake News*. Naval War College Review. 2020. URL: <https://digitalcommons.usnwc.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=8105&context=nwc-review> (Last accessed: 15.10.2025).

58. Bucheli M., Salvaj E. Reputation and Political Legitimacy: ITT in Chile, 1927-1972. The President and Fellows of Harvard College. The Business History Review Vol. 87, №. 4. Special Issue: Corporate Reputation. Winter 2013. P.729-756.

59. Rosenau J. The Individual in International Relations. Economica. Paris, 2024. 381 p.

60. Ross A. The Industries of the Future. Simon & Schuster. Reprint edition. 2022. 438 p.

61. Luhmann N. Gesellschaftliche Komplexität und öffentliche Meinung, Soziologische Aufklärung, t. 5. 4e Edition. Wiesbaden. VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2019. 182 p.

62. Brown D. Principles of language learning and teaching. URL: http://angol.unimiskolc.hu/wp-content/media/2023/10/Principles_of_language_learning.pdf (Last accessed: 16.10.2025).

63. Habermas J. The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society. MIT Press. Cambridge, 1989. 478 p.

64. Chandler D. The Sapir-Whorfian Hypothesis. University of Central Florida. 2022. URL: <https://webcourses.ucf.edu/courses/1400020/pages/the-sapir-whorfian-hypothesis> (Last accessed: 17.10.2025).

65. Kaplan R. B. Contrastive Rhetoric Robert B. *The Journal of Tesol-France*. P. 21-38. URL: [https://www.tesolfrance.org/uploaded_files/files/TESOL%20V2N2%20C2%20Contrastive%20Rhetoric\(1\).pdf](https://www.tesolfrance.org/uploaded_files/files/TESOL%20V2N2%20C2%20Contrastive%20Rhetoric(1).pdf) (Last accessed: 17.10.2025).

66. Публічна політика : навч. посіб. / авт. кол. : С. О. Телешун, С. В. Ситник, І. В. Рейтерович та ін. ; за заг. ред. С. О. Телешуна, д-ра політ. наук, проф. Київ : НАДУ, 2016. 340 с.

67. Терещук В. І. Розвиток глобальної медійної світ-системи в умовах постбіполярності: дис.... д-ра політ. наук: 23.00.04 / Чернівецький нац. ун-т ім. Юрія Федьковича. Чернівці, 2020. 183 с.

68. Kuhn R. Politics and the Media in Britain. Basingstoke and New York: Palgrave Macmillan, 2023. 230 p.

69. Остапенко М. Політична комунікація : теоретичні аспекти дослідження. *Політичний менеджмент*. 2022. № 3. С. 135-144.

70. Wickenkamp A., Hopp F. R., Hameleers M., Bos L. The Moral Foundations of Populist Communication: A Semantic Network Analysis of Political Parties' Social Media Discourse in a Multiparty System. *Social Media + Society*. 2025. 11(3). URL: <https://doi.org/10.1177/20563051251357271> (Last accessed: 17.10.2025).

71. Jakob N.G.E. No Alternatives? The Relationship Between Perceived Media Dependency, Use of Alternative Information Sources, and General Trust in Mass Media. *International Journal of Communication*. Vol 4. 2020. URL: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/615/435> (Last accessed: 17.10.2025).

72. Качинська Н. О. Політичний імідж держави: структурні та комунікаційні компоненти феномену. URL: <http://www.viche.info/journal/1738/> (дата звернення: 18.10.2025).

73. Horton P., Brown G.W. Integrating evidence, politics and society: a methodology for the science-policy interface. Palgrave Communications. Volume 4, Article number: 42. 2018. P. 3-14.

74. Коваленко О. В., Глембицький О. В., Коверга Д. О. Цифрові платформи як інструмент міжорганізаційної координації в системі розширених ланцюгів постачання. *Проблеми сучасних трансформацій*. Серія: економіка та управління. 2025. 19. URL: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2025-19-04-13> (дата звернення: 19.10.2025).

75. Даниленко С. І. Громадянський вимір комунікаційної революції: Модернізація суспільних комунікацій від друкарського верстата до соціальних мереж: монографія. Київ: ІМВ, 2020. 310 с.

76. Plümer F. Die zehn wichtigsten Trends für das B2B-Marketing 2022: Was auf PR und Marketing zukommt. 2021, December 16. URL: <https://pr-journal.de/fragen-und-meinungen/autoren-beitraege-themen-der-zeit/28073-die-zehn-wichtigsten-trends-fuer-das-b2bmarketing-2022-was-auf-pr-und-marketing-zukommt.html> (Last accessed: 19.10.2025).

77. Щедрова Г. П. Детермінанти впливу мас-медіа на формування міжнародної політики. *Актуальні проблеми політики*. 2023. Вип. 60. С. 105-116.

78. Миколенко О. І. Вплив діяльності міжнародних корпорацій на політичні процеси у світі в умовах глобалізації. *Вісник публічного та приватного права: зб. наук. праць*. Вип. 2, т. 2, 2024. С. 215-219.

79. Weigel M. Political correctness: how the right invented a phantom enemy. *theguardian.com*. 25 nov 2022. URL: <https://www.theguardian.com/us-news/2022/nov/30/political-correctness-how-the-right-invented-phantom-enemy-donald-trump> (Last accessed: 20.10.2025).

80. Припиніть бізнес з Росією. URL: <https://leave-russia.org/uk/companies-that-exited> (дата звернення: 21.10.2025).

81. S&P Global ESG. URL: <https://www.spglobal.com/esg/solutions/esg-scores-data> (Last accessed: 22.10.2025)

82. MSCI ESG Research. URL: <https://www.msci.com/sustainable-investing/esg-ratings> (Last accessed: 22.10.2025).

83. Sustainalytics. URL: <https://www.sustainalytics.com/> (Last accessed: 23.10.2025).

84. JUST Capital. URL: <https://justcapital.com/rankings/> (Last accessed: 23.10.2025).

85. LSEG (London Stock Exchange Group). URL: <https://www.lseg.com/en> (Last accessed: 24.10.2025).

86. Bloomberg ESG Disclosures Scores. URL: <https://www.esg-advising.com/insights/bloombergs-esgdisclosure-score> (Last accessed: 24.10.2025).

АНОТАЦІЯ

Іоффе І. Г. Актори медійного простору у формуванні сучасної світової політики (магістерська робота). Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2025. 88 с. (рукопис).

Мета кваліфікаційної роботи полягає у визначенні ролі акторів глобального медійного простору в формуванні сучасної світової політики.

Об'єктом роботи є медійний простір сучасної світової політики.

Предмет дослідження – актори медійного простору сучасної світової політики.

Перший розділ роботи присвячено визначенню медійної складової світової політики періоду становлення нового світового порядку, характеристиці інформаційного суспільства та цифрової нерівності як чинника формування медійного простору в світовій політиці, ідеології як складової сучасного медійного простору.

У другому розділі було розкрито особливості політичної комунікації держав як суб'єктів глобальної медійної політики, медійну складову їх цифрової дипломатії, визначено основні засади формування медійної політики як інструмента інформаційної політики держави та захисту інформаційного суверенітету.

Третій розділ роботи присвячено оцінці дискурсивної активності недержавних акторів світової політики, зокрема глобальним засобам масової інформації та транснаціональним корпораціям як акторам медійного простору сучасної світової політики.

Ключові слова: актори, держава, медійний простір, медійна політика, політичні комунікації, світова політика.

ANNOTATION

Ioffe I. H. Actors of the Media Space in the Formation of Contemporary World Politics (master's thesis). Kharkiv: V. N. Karazin Kharkiv National University, 2025. 88 p. (manuscript).

The purpose of the qualification work is to determine the role of actors of the global media space in shaping contemporary world politics.

The object of the study is the media space of modern world politics.

The subject of the research is the actors of the media space in contemporary world politics.

The first chapter of the thesis is devoted to identifying the media dimension of world politics during the formation of the new world order, to characterizing the information society and digital inequality as factors shaping the media space in international politics, and to examining ideology as a component of the modern media environment.

The second chapter reveals the specifics of political communication of states as actors of global media policy, examines the media component of their digital diplomacy, and defines the main principles of forming media policy as an instrument of state information policy and protection of information sovereignty.

The third chapter focuses on assessing the discursive activity of non-state actors in world politics, in particular global mass media and transnational corporations as key actors in the media space of contemporary international relations.

Keywords: actors, state, media space, media policy, political communication, world politics.

ВІДГУК

керівника кваліфікаційної роботи магістра
2-го курсу групи УМІБ-61 денної форми навчання
спеціальності 291 «Міжнародні відносини,
суспільні комунікації та регіональні студії»
освітньо-професійної програми
«Міжнародна інформаційна безпека»
ННІ «Каразінський інститут міжнародних
відносин та туристичного бізнесу»

Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна
Іоффе Іллі Геннадійовича

на тему «Актори медійного простору у формуванні сучасної світової політики»

1. Актуальність теми кваліфікаційної роботи.

Робота є науковим дослідженням, яке присвячено актуальній темі – «Актори медійного простору у формуванні сучасної світової політики». В умовах процесів глобалізації дедалі більшої значущості набуває питання впливу глобальних акторів публічної політики, які здійснюють свою діяльність на міжнародному рівні, на формування порядку денного та механізми ухвалення публічних політичних рішень у межах національних держав. Вагому роль у цьому відіграють актори медійного простору — журналісти, блогери, соціальні мережі та інші комунікаційні платформи, які здійснюють вплив на сучасну міжнародну політику через формування громадської думки, залучення суспільства до політичних процесів та конструювання актуального інформаційного порядку денного. Такі медіаактори здатні як посилювати окремі політичні наративи, так і активізувати громадянську участь, що перетворює медіасферу на один з ключових інструментів політичної конкуренції та формування уявлень про глобальні політичні процеси.

2. Позитивні аспекти в роботі стосуються системності та послідовності викладення матеріалу щодо розкриття обраної теми «Актори медійного простору у формуванні сучасної світової політики». За структурою робота послідовно розкриває зміст і складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку використаних джерел. В роботі досліджена активність недержавних акторів світової політики, проаналізовані глобальні засоби масової інформації

як актори світової політики та транснаціональні корпорації як актори медійного простору сучасної світової політики. Висновки дослідження є обґрунтованими та розкривають поставлену мету і завдання, визначені в роботі. Кваліфікаційна робота є комплексним самостійним дослідженням.

3. Недоліки роботи.

В тексті роботи є окремі граматичні, орфографічні та синтаксичні помилки і неточності, але вони не впливають на якість та повноту дослідження, проведеного в кваліфікаційній роботі.

4. Загальний висновок і оцінка кваліфікаційної роботи, присвоєння кваліфікації.

Загальна оцінка кваліфікаційної роботи Іоффе Іллі Геннадійовича позитивна, відповідає вимогам, що висуваються до кваліфікаційних робіт на рівні магістра зі спеціальності 291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії» освітньо-професійної програми «Міжнародна інформаційна безпека» і може бути допущена до захисту на засіданні екзаменаційної комісії, а її автор, Іоффе Ілля Геннадійович, гідний присвоєння кваліфікації магістра з міжнародних відносин, суспільних комунікацій та регіональних студій, міжнародна інформаційна безпека.

Керівник кваліфікаційної роботи,

кандидат юридичних наук, доцент
доцент кафедри міжнародних відносин,
ННІ «Каразінський інститут міжнародних
Відносин та туристичного бізнесу»
ХНУ імені В. Н. Каразіна

Олена ФАЙЄР



РЕЦЕНЗІЯ

на кваліфікаційну роботу магістра
2-го курсу групи УМІБ-61 денної форми навчання
спеціальності 291 «Міжнародні відносини,
суспільні комунікації та регіональні студії»
освітньо-професійної програми
«Міжнародна інформаційна безпека»
ННІ «Каразінський інститут міжнародних
відносин та туристичного бізнесу»
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна
Іоффе Іллі Геннадійовича
на тему «Актори медійного простору у формуванні сучасної світової політики»

В умовах глобалізації все більшої актуальності набуває проблема впливу глобальних акторів публічної політики, що діють на міжнародному рівні, на порядок денний і механізми вироблення публічної політики на національному рівні. Актори медійного простору, такі як журналісти, блогери, соціальні мережі, інші впливають на сучасну світову політику через формування суспільної думки, вплив на політичні процеси та створення інформаційного порядку сьогодення. Вони можуть як посилювати певні політичні наративи, так і мобілізувати громадян, що робить медіа ключовим інструментом у політичній боротьбі та формуванні уявлень про світ.

У роботі визначено мету та завдання, які розкриваються в першому, другому та третьому розділах роботи. У першому розділі роботи – Теоретичні основи формування медійного простору в сучасній світовій політиці – окреслено медійну складову світової політики періоду становлення нового світового порядку, розглянуто ідеологію як складову медійного простору сучасної світової політики та представлено інформаційне суспільство та цифрову нерівність як чинник формування медійного простору в світовій політиці.

У другому розділі роботи – Держава як актор формування медійної реальності світової політики – було досліджено медійну політику як інструмент інформаційної політики держави та захисту інформаційного суверенітету, особливості політичної комунікації держави як суб'єкта глобальної медійної політики, визначено медійну складову цифрової дипломатії держав.

У третьому розділі роботи – Недержавні актори медійного простору світової політики – окреслено та досліджено дискурсивну активність недержавних акторів

світової політики, проаналізовані глобальні засоби масової інформації як актори світової політики та транснаціональні корпорації як актори медійного простору сучасної світової політики.

Висновки, отримані автором в процесі виконання кваліфікаційної роботи в повній мірі розкривають поставлену мету та завдання. Список використаних джерел є повним і містить національні та іноземні джерела.

Робота є комплексним, самостійним дослідженням. За результатами кваліфікаційної роботи можна зробити висновок, що автор пропрацював вказані джерела, показав достатній рівень підготовки та знань з обраної теми, вміння самостійно аналізувати матеріал, робити висновки та узагальнення. Питання, визначені в роботі, розкрито, але є окремі технічні недоліки, які не впливають на цілісність роботи.

В цілому, кваліфікаційна робота магістра «Актори медійного простору у формуванні сучасної світової політики» заслуговує на позитивну оцінку, а її автор, Іоффе Ілля Геннадійович, гідний присвоєння кваліфікації магістра з міжнародних відносин, суспільних комунікацій та регіональних студій, міжнародна інформаційна безпека.

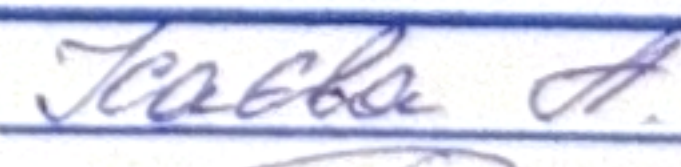
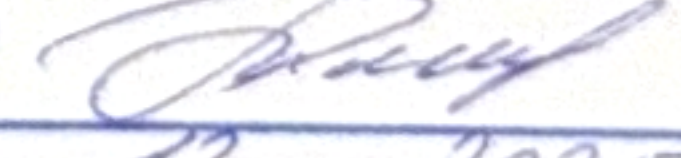
Рецензент:

Кандидат юридичних наук, доцент,
доцент кафедри цивільного права
Національного юридичного університету
імені Ярослава Мудрого,
начальник науково-дослідницького сектору
університету



Арсен ІСАЄВ



Підпис	
Засвідчую	
Мач. ВК	05
	12. 2025 р.