

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДНІПРОВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ОЛЕСЯ ГОНЧАРА
ФАКУЛЬТЕТ СУСПІЛЬНИХ НАУК І МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
КАФЕДРА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН



ПЕТРОВ Павло
ПОБОЧИЙ Іван



МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
до семінарських занять
з дисципліни:
«Технології пропаганди
в міжнародних відносинах»

ДНІПРО, 2026

УДК: 321

Рекомендовано Вченою радою факультету суспільних наук і міжнародних відносин Протокол № 7 від 25.03.2026 р.

Рецензент:

Іщенко І.В.

д-р. політ. наук, проф., завідувач кафедри міжнародних відносин Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара

Воронова Т.В.

канд. політ. наук, доц., доц. кафедри політології, соціології та публічного управління Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара

П 29 Петров, П., Побочий, І. (2026). Методичні рекомендації до семінарських занять з дисципліни: «Технології пропаганди в міжнародних відносинах». ДНУ: Електронне видання. 88.

Методичні рекомендації до семінарських занять із дисципліни «Технології пропаганди в міжнародних відносинах» призначені для здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти спеціальності «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії», «Міжнародні відносини» та спрямовані на формування системного уявлення про пропаганду як інструмент міжнародного впливу, політичної комунікації та боротьби за інтерпретацію подій у сучасному глобальному середовищі. У рекомендаціях розкрито теоретико-методологічні засади дослідження пропаганди, її функції, суб'єктів, канали, аудиторії, методи і технології, а також висвітлено цифрову трансформацію політичних інститутів, PR-технологій, публічної дипломатії, парадипломатії, онлайн-демократії та нових форм політичної участі. Видання містить плани семінарських занять, питання для обговорення, інтерактивні та практичні завдання, дискусійні блоки, методичні акценти й рекомендації для самостійної роботи, що сприяє розвитку аналітичного мислення, дослідницьких навичок і критичного осмислення сучасних інформаційно-комунікаційних процесів у міжнародних відносинах.

ЗМІСТ

Вступ	4
Розділ 1. Теоретико-методологічні засади дослідження пропаганди в міжнародних відносинах	7
Тема 1. Пропаганда як феномен міжнародних відносин: сутність, функції, еволюція	7
Тема 2. Теоретичні підходи до аналізу пропаганди в міжнародних відносинах	16
Тема 3. Суб'єкти, канали та аудиторії міжнародної пропаганди	26
Тема 4. Методи, прийоми та інструменти пропагандистського впливу	36
Розділ 2. Цифрова трансформація політичних комунікацій, публічна дипломатія та нові інструменти впливу в міжнародних відносинах	46
Тема 5. Трансформація політико-інституційних комунікаційних відносин у міжнародному середовищі під впливом цифровізації	46
Тема 6. Технології політичної комунікації в міжнародних відносинах: PR-технології, репутаційний вплив і пропагандистські практики	56
Тема 7. Публічна дипломатія та парадипломатія у цифровому вимірі як інструменти комунікаційного впливу і зміцнення політичних інститутів	65
Тема 8. Трансформація політичних інститутів у цифрову епоху: криза довіри, онлайн-демократія та нові форми політичної участі	75
Список рекомендованої літератури	85

ВСТУП

Сучасний етап розвитку міжнародних відносин характеризується не лише загостренням геополітичної конкуренції, трансформацією безпекового середовища, кризою міжнародних інститутів та переосмисленням механізмів глобального управління, а й істотним зростанням ролі інформаційно-комунікаційного чинника в політиці. У ХХІ столітті боротьба держав, політичних режимів, транснаціональних акторів, медійних платформ і мережевих спільнот дедалі частіше відбувається не лише у військовому, економічному чи дипломатичному вимірах, а й у площині символічного впливу, конструювання смислів, формування суспільних оцінок, інтерпретації подій та управління масовим сприйняттям. У цьому контексті пропаганда постає не як периферійне або суто прикладне явище, а як одна з ключових технологій сучасної міжнародної комунікації.

Актуальність вивчення дисципліни «Технології пропаганди в міжнародних відносинах» зумовлена тим, що сучасний міжнародний порядок дедалі більше залежить від інформаційних потоків, комунікаційної швидкості, цифрових платформ, наративної конкуренції та здатності політичних акторів впливати на громадську думку як усередині держав, так і поза їх межами. Пропаганда стала важливою складовою зовнішньополітичної діяльності, інформаційного супроводу конфліктів, публічної дипломатії, стратегічних комунікацій, репутаційного позиціонування та гібридного впливу. Її інструменти використовуються для легітимації політичних рішень, мобілізації суспільств, делегітимації противника, зміцнення міжнародної підтримки, формування образу «свого» і «чужого», а також для створення бажаних інтерпретацій міжнародних подій.

Особливої ваги ця проблематика набуває в умовах цифрової епохи, коли інформаційний простір стає глобальним, політична комунікація – миттєвою, а аудиторія – не лише споживачем, а й активним ретранслятором політичного змісту. Соціальні мережі, цифрові медіа, алгоритмічні механізми видимості, меметичний контент, короткі відеоформати, боти, мережі впливу та гібридні інформаційні кампанії радикально змінили форми, темп і масштаб пропагандистського впливу. Унаслідок цього дослідження пропаганди потребує вже не лише традиційної політичної або медіа-аналітики, а комплексного міждисциплінарного підходу, що поєднує міжнародні відносини, політичну комунікацію, безпекові студії, соціологію, дискурс-аналіз, теорію наративів та цифрові дослідження.

Для аспірантів спеціальності, пов'язаної з міжнародними відносинами, опанування цієї дисципліни є принципово важливим з кількох причин. По-перше, воно дає змогу осмислити пропаганду як складний і багаторівневий феномен міжнародної політики, а не лише як набір маніпулятивних технік або суто негативне явище. По-друге, дозволяє сформувати науковий інструментарій для аналізу сучасних інформаційних процесів, міжнародних наративів, зовнішньополітичних комунікацій, стратегічного впливу й цифрової боротьби за легітимність. По-третє, сприяє розвитку критичного мислення, аналітичної культури й дослідницької уважності до того, як політичні смисли виробляються, поширюються, закріплюються та сприймаються в міжнародному середовищі. По-четверте, дисципліна формує здатність розрізняти суміжні, але не тотожні поняття – пропаганду, агітацію, політичну комунікацію, PR, публічну дипломатію, стратегічні комунікації, дезінформацію, контрпропаганду, інформаційне протиборство.

Методичні рекомендації до семінарських занять із дисципліни «Технології пропаганди в міжнародних відносинах» розроблено для здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти. Їхнє призначення полягає не лише в організаційному супроводі навчального процесу, а передусім у створенні інтелектуальної рамки для поглибленого осмислення однієї з найбільш динамічних і концептуально складних проблем сучасної міжнародно-політичної науки.

Метою цих методичних рекомендацій є забезпечення системного опрацювання теоретичних, методологічних і прикладних аспектів пропаганди як інструменту міжнародного впливу, формування в аспірантів умінь науково аналізувати пропагандистські практики, розпізнавати механізми інформаційного впливу, оцінювати роль цифрових платформ і

комунікаційних технологій у міжнародних відносинах, а також застосовувати здобуті знання у власних наукових дослідженнях.

Відповідно до мети, основними завданнями методичних рекомендацій є:

- розкрити зміст, сутність, функції та еволюцію пропаганди як феномену міжнародних відносин;
- показати основні теоретичні підходи до аналізу пропаганди в міжнародно-політичній науці;
- охарактеризувати суб'єктів, канали, аудиторії та технології сучасного пропагандистського впливу;
- проаналізувати специфіку цифрової трансформації політичної комунікації, публічної дипломатії, парадипломатії, PR-технологій та онлайн-демократії;
- сформувати навички критичного аналізу міжнародних інформаційних кампаній, наративів, фреймів і комунікативних стратегій;
- стимулювати самостійну дослідницьку роботу аспірантів у сфері інформаційної безпеки, політичної комунікації та міжнародних відносин.

Специфіка цієї дисципліни полягає в тому, що вона поєднує фундаментальний теоретичний рівень із яскраво вираженим прикладним виміром. З одного боку, аспірант має оволодіти понятійно-категоріальним апаратом, зрозуміти логіку основних теорій, навчитися бачити пропаганду як інструмент влади, легітимації, ідентифікації та міжнародного позиціонування. З іншого боку, він повинен уміти аналізувати конкретні практики – медійні повідомлення, політичні кампанії, цифрові платформи, візуальні образи, меми, дипломатичні звернення, репутаційні стратегії, інформаційні операції та контрнативи. Саме тому семінарські заняття в межах цього курсу мають бути не лише репродуктивними, а й аналітичними, дослідницькими, дискусійними та проблемно-орієнтованими.

Методичні рекомендації побудовано з урахуванням того, що аспірант є не пасивним слухачем, а активним суб'єктом наукового пізнання. Тому в центрі уваги перебуває не механічне засвоєння визначень, а вміння:

- ставити дослідницькі питання;
- співвідносити теоретичні моделі з емпіричним матеріалом;
- виявляти приховані смисли й політичні функції комунікації;
- критично працювати з джерелами;
- розрізняти пояснення, інтерпретацію та нормативну оцінку;
- переходити від опису інформаційного явища до його концептуального аналізу.

Структура методичних рекомендацій орієнтована на системне вивчення дисципліни в межах двох змістових модулів. Перший розділ присвячено теоретико-методологічним засадам дослідження пропаганди в міжнародних відносинах: поняттю, функціям, еволюції, суб'єктам, каналам, аудиторіям, методам і технологіям пропагандистського впливу. Другий розділ зосереджено на цифровій трансформації політичної комунікації, PR-технологіях, публічній дипломатії, парадипломатії, кризі довіри, онлайн-демократії та нових формах політичної участі. Така логіка побудови дає змогу поступово перейти від базового теоретичного осмислення феномену пропаганди до аналізу його найсучасніших форм і практик у міжнародному середовищі.

Кожна тема семінарського заняття передбачає не лише перелік питань для обговорення, а й розгорнутий методичний супровід: визначення мети заняття, ключових понять, навчальних результатів, науково-аналітичного розкриття теми, дискусійного блоку, практичних та інтерактивних завдань, а також орієнтирів для самостійної роботи. Такий підхід дозволяє зробити семінар не формою перевірки прочитаного матеріалу, а простором наукової комунікації, інтелектуальної дискусії та формування власної дослідницької позиції.

Особливого значення в межах дисципліни набуває розвиток аналітичних компетентностей. Аспірант повинен навчитися бачити міжнародну комунікацію не лише як обмін повідомленнями, а як процес конструювання політичної реальності. Для цього необхідно вміти аналізувати:

- дискурси та наративи;
- візуальні й символічні форми впливу;
- фреймування міжнародних подій;
- механізми легітимації й делегітимації;
- способи цифрового поширення смислів;
- взаємодію внутрішньої та зовнішньої комунікації;
- зв'язок між кризою довіри, пропагандою та інформаційною вразливістю

суспільства.

Важливою рисою цих методичних рекомендацій є поєднання академічної глибини та практичної придатності. Вони зорієнтовані на те, щоб аспірант не лише опанував теоретичний матеріал, а й міг використовувати його під час підготовки наукових статей, аналітичних записок, дисертаційного дослідження, участі в наукових семінарах, конференціях і фахових дискусіях. У цьому сенсі методичні рекомендації є не допоміжним формальним документом, а робочим інтелектуальним інструментом.

Дисципліна «Технології пропаганди в міжнародних відносинах» має важливе значення для формування сучасного дослідника в галузі міжнародних відносин, здатного осмислювати інформаційно-комунікаційний вимір глобальної політики, аналізувати механізми міжнародного впливу, критично працювати з політичними наративами та інтерпретувати цифрові трансформації світового політичного простору. Запропоновані методичні рекомендації покликані сприяти саме такому рівню підготовки – концептуально глибокому, методологічно виваженому та дослідницьки орієнтованому.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОПАГАНДИ В МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИНАХ

Тема 1. Пропаганда як феномен міжнародних відносин: сутність, функції, еволюція

План семінарського заняття

1. Пропаганда як об'єкт політичного та міжнародно-політичного аналізу.
2. Співвідношення пропаганди з суміжними категоріями політичної комунікації.
3. Функціональне призначення пропаганди в міжнародних відносинах.
4. Історична еволюція форм, каналів та технологій пропагандистського впливу.

Мета семінарського заняття

Сформувати в аспірантів цілісне наукове розуміння пропаганди як складного комунікативного, політичного та міжнародного феномену; розкрити її сутність, функції, місце в системі міжнародних відносин, а також показати історичну змінюваність її форм – від класичних інструментів державного впливу до сучасних цифрових і мережових моделей.

Навчальні результати

Після опрацювання теми аспірант повинен:

- розуміти основні теоретичні підходи до тлумачення поняття «пропаганда»;
- розмежовувати пропаганду, агітацію, політичну комунікацію, публічну дипломатію та стратегічні комунікації;
- аналізувати функції пропаганди в міжнародному середовищі;
- пояснювати історичну трансформацію пропагандистських технологій;
- застосовувати категоріальний апарат до аналізу сучасних міжнародних інформаційних процесів;
- критично оцінювати вплив пропаганди на міжнародну безпеку, легітимність, імідж держави та формування політичних наративів.

Методичний акцент

Ця тема є базовою для всього курсу. Її завдання – не звести пропаганду лише до примітивного обману чи суто негативного явища, а показати, що в міжнародних відносинах вона функціонує як **інструмент боротьби за смисли, легітимність, вплив і владу над інтерпретацією подій**. Саме тому важливо розглядати пропаганду не лише як медійний продукт, а як елемент ширших процесів: геополітичної конкуренції, зовнішньої політики, формування міжнародного іміджу, інформаційного суверенітету та символічного домінування.

Ключові поняття теми

Пропаганда, політична комунікація, міжнародна комунікація, агітація, переконання, маніпуляція, публічна дипломатія, стратегічні комунікації, інформаційний вплив, наратив, дискурс, фреймування, легітимація, делегітимація, символічна влада, інформаційна війна, цифрова пропаганда.

Питання 1. Які основні підходи до визначення поняття «пропаганда» в політичній та міжнародно-політичній науці?

Методичне розкриття питання

Поняття «пропаганда» належить до числа найбільш дискусійних у політичній науці, міжнародних відносинах, соціальній філософії, медіадослідженнях та безпекових студіях. Причина полягає в тому, що воно одночасно має **науковий, політичний, етичний і**

практичний виміри. У науковому полі відсутнє одне універсальне визначення, натомість існує кілька основних підходів.

1. Інформаційно-комунікаційний підхід

У межах цього підходу пропаганда розуміється як **систематичне поширення ідей, оцінок, образів та інтерпретацій з метою формування певних установок, переконань і моделей поведінки аудиторії**. Тут акцент робиться не лише на змісті повідомлення, а й на каналах, частоті, повторюваності, символічному оформленні та особливостях аудиторного сприйняття.

У цьому сенсі пропаганда – це не просто передача інформації, а **організований вплив на сприйняття реальності**.

2. Політико-інструментальний підхід

З цієї перспективи пропаганда постає як **інструмент досягнення політичної мети**. Вона використовується державами, політичними режимами, міжнародними акторами, партіями, рухами, транснаціональними мережами для мобілізації підтримки, нейтралізації опонента, легітимації рішень або створення вигідного образу подій.

У міжнародних відносинах цей підхід особливо важливий, оскільки дозволяє побачити, що пропаганда є частиною **зовнішньополітичного арсеналу** поряд із дипломатією, економічним тиском, військовою силою і публічною комунікацією.

3. Психологічний підхід

У межах цього підходу пропаганда тлумачиться як **технологія впливу на свідомість, емоції, установки та поведінкові реакції масової або спеціально визначеної аудиторії**. У центрі уваги – механізми переконання, навіювання, емоційного зараження, створення образу «свого» і «чужого», експлуатація страху, надії, загрози, образи ворога, колективної пам'яті.

Цей підхід особливо корисний для розуміння того, чому пропаганда часто працює не через раціональний доказ, а через **емоційно насичені смислові конструкції**.

4. Критичний підхід

Критичні теорії розглядають пропаганду як **механізм виробництва згоди, відтворення влади та домінуючих ідеологій**. Ідеться не лише про відверто авторитарні форми тиску, а й про тонші механізми нормалізації певних поглядів, коли аудиторія не помічає самого факту впливу.

У цьому підході особливо важливим є питання: **хто має право визначати, що є правдою, нормою, загрозою, цивілізаційною цінністю чи ворогом?**

Саме це питання виводить тему пропаганди на рівень боротьби за **інтерпретаційну владу**.

5. Міжнародно-політичний підхід

У міжнародних відносинах пропаганда розуміється як **засіб впливу на зовнішні аудиторії, міжнародну громадську думку, політичні еліти інших держав, міжнародні організації та власне населення в контексті зовнішньополітичної конкуренції**. У такому значенні пропаганда може бути складником:

- інформаційного забезпечення війни;
- дипломатичного супроводу зовнішньої політики;
- боротьби за легітимність міжнародних дій;
- конструювання міжнародного іміджу;
- просування стратегічних наративів.

Узагальнюючий висновок до питання

В сучасній науці пропаганду доцільно розуміти як **цілеспрямовану, системну й технологічно організовану діяльність із формування інтерпретацій, оцінок і поведінкових установок аудиторії в інтересах певного політичного актора**. У міжнародних відносинах вона виступає не периферійним явищем, а важливим інструментом боротьби за вплив, легітимність і контроль над глобальним інформаційним простором.

Коментар для аспірантів

На рівні PhD-підготовки важливо не зупинятися на моральному осуді пропаганди. Значно продуктивніше поставити дослідницьке питання так: **за яких умов пропаганда стає**

ефективною, які механізми її легітимації та як вона вбудовується в архітектуру міжнародного впливу?

Інтерактивне завдання 1. «Визначення під мікроскопом»

Запропонуйте аспірантам 4–5 коротких визначень пропаганди з різних наукових джерел або сформульованих викладачем моделей. Завдання – визначити:

- який підхід представлено;
- на чому зроблено головний акцент;
- чого у визначенні бракує для аналізу міжнародних відносин;
- чи є визначення нейтральним, критичним або нормативно навантаженим.

Очікуваний результат: аспіранти мають побачити, що визначення ніколи не є «невинним»; воно вже задає рамку дослідження.

Питання 2. У чому полягає співвідношення пропаганди, агітації, політичної комунікації, публічної дипломатії та стратегічних комунікацій?

Методичне розкриття питання

Це питання є принциповим, тому що в сучасному академічному та політичному дискурсі названі поняття часто змішуються. Для аспіранта важливо не просто інтуїтивно відчувати різницю, а чітко розуміти **межі, перетини й функціональні переходи** між ними.

1. Пропаганда і агітація

Агітація зазвичай має більш вузький, мобілізаційний і короткостроковий характер. Її мета – **спонукати до конкретної дії**: голосувати, підтримати, протестувати, засудити, приєднатися.

Пропаганда діє ширше й глибше: вона формує **світоглядні рамки, образи, довгострокові установки, схеми інтерпретації**.

Умовно кажучи:

- агітація відповідає на питання «**що робити зараз?**»
- пропаганда – «**як бачити світ і кого вважати правим/винним?**»

2. Пропаганда і політична комунікація

Політична комунікація є найбільш широкою категорією. Вона охоплює весь процес циркуляції політично значущих смислів між владою, громадянами, медіа, інститутами та міжнародними акторами. Не вся політична комунікація є пропагандою.

Пропаганда – це **специфічний тип політичної комунікації**, для якого характерні:

- цілеспрямований вплив;
- селекція та ієрархізація інформації;
- прагнення до формування вигідної картини реальності;
- висока інструментальність;
- часто – асиметричність комунікації.

Отже, співвідношення можна подати так: **політична комунікація** – родове поняття; **пропаганда** – одна з її спеціалізованих форм.

3. Пропаганда і публічна дипломатія

Публічна дипломатія традиційно розглядається як комунікація держави з іноземною громадськістю з метою формування довіри, розуміння, позитивного іміджу, підтримки цінностей та інтересів держави. Вона тяжіє до довгострокового впливу, культурного представлення, діалогу, смислової присутності у зовнішньому середовищі.

Водночас межа між публічною дипломатією та пропагандою не завжди є жорсткою. Вона проходить приблизно там, де закінчується **відкрите репрезентування інтересів** і починається **маніпулятивне конструювання сприйняття**, що знецінює автономію аудиторії.

Для міжнародних відносин особливо важливо розуміти: публічна дипломатія може бути **легітимним м'яким інструментом впливу**, але в певних умовах здатна набувати ознак пропагандистської практики.

4. Пропаганда і стратегічні комунікації

Стратегічні комунікації – це скоординоване використання комунікативних ресурсів держави або організації для досягнення довгострокових цілей. Вони інтегрують дипломатію, публічні повідомлення, інформаційну політику, кризову комунікацію, військові меседжі, іміджеву політику.

Пропаганда може бути:

- або частиною стратегічних комунікацій;
- або їх викривленою/агресивною формою;
- або зовнішньою оцінкою певної комунікації, яку сам актор називає інакше.

Тут виникає важлива дослідницька проблема: **те, що одна держава називає стратегічною комунікацією, інша може називати пропагандою.**

Узагальнювальна логіка співвідношення

Для методичного засвоєння доцільно використати таку схему:

Поняття	Основна мета	Горизонт впливу	Характер впливу
Політична комунікація	Передача політичних смислів	Широкий	Інформування, взаємодія, вплив
Агітація	Спонування до дії	Короткостроковий	Мобілізаційний
Пропаганда	Формування установок і картин реальності	Середньо-довгостроковий	та Системний, цілеспрямований, часто маніпулятивний
Публічна дипломатія	Формування довіри й позитивного образу зовні	Довгостроковий	Репрезентативний, переконувальний, іноді діалоговий
Стратегічні комунікації	Досягнення комплексних політичних цілей	Довгостроковий	Координований, багаторівневий

Науково продуктивно не просто протиставляти ці поняття, а аналізувати їх у **спектрі комунікативних практик**. У сучасному міжнародному середовищі одна й та сама кампанія може одночасно містити елементи іміджевої комунікації, дипломатії, переконання, мобілізації та пропаганди.

Інтерактивне завдання 2. «Концептуальна карта»

Поділіть учасників на малі групи. Кожна група отримує набір понять: **пропаганда, агітація, публічна дипломатія, стратегічні комунікації, державний брендинг, кризова комунікація, інформаційна операція.**

Завдання:

1. побудувати схему взаємозв'язків;
2. виділити зони перетину;
3. визначити критерії розмежування;
4. пояснити, де і чому виникає термінологічна плутанина.

Важливо оцінювати не лише правильність термінів, а й аргументацію меж між ними.

Питання 3. Які функції виконує пропаганда в системі міжнародних відносин?

Методичне розкриття питання

У міжнародних відносинах пропаганда виконує низку функцій, які виходять далеко за межі простого інформування. Її роль полягає в тому, щоб **не просто повідомити про подію, а надати їй вигідного смислу, включити в потрібний наратив і закріпити відповідну модель сприйняття.**

1. Легітимаційна функція

Одна з ключових функцій пропаганди – **легітимація дій держави чи політичного режиму**. Це може стосуватися:

- військових дій;
- санкційної політики;
- дипломатичних рішень;
- зміни зовнішньополітичного курсу;
- обмежень у сфері безпеки;
- міжнародних коаліцій або втручання.

Пропаганда намагається представити певні дії як **необхідні, справедливі, оборонні, морально виправдані або історично закономірні**.

2. Делегітимаційна функція

Паралельно вона виконує протилежну за вектором функцію – **делегітимацію опонента**.

Це досягається через:

- створення образу агресора;
- демонізацію політичного керівництва іншої держави;
- представлення опонента як загрози цивілізації, безпеці, миру, демократичним цінностям;
- сумнів у суб'єктності, раціональності або моральному статусі іншого актора.

Ця функція особливо помітна під час конфліктів, воєн, дипломатичних криз та боротьби за міжнародну підтримку.

3. Мобілізаційна функція

Пропаганда здатна мобілізувати:

- внутрішню аудиторію – для підтримки влади, жертв, реформ, війни, санкцій;
- зовнішню аудиторію – для співчуття, солідарності, тиску на уряди, політичної або гуманітарної підтримки;
- міжнародні еліти – для ухвалення рішень, визнання, ізоляції противника.

Мобілізація може бути емоційною, ідентифікаційною, моральною, ціннісною або політико-прагматичною.

4. Ідентифікаційна функція

Пропаганда сприяє формуванню колективної ідентичності через поділ на «**ми**» і «**вони**». У міжнародному середовищі це означає не лише конструювання образу нації, а й закріплення ширших політичних і цивілізаційних самоописів:

- «ми – демократичний світ»;
- «ми – жертва агресії»;
- «ми – захисники стабільності»;
- «ми – носії справедливого порядку».

Ідентичність тут стає ресурсом політичної стійкості й зовнішньополітичної аргументації.

5. Інтегративна функція

У періоди криз пропаганда може виступати засобом **символічної інтеграції суспільства**, створення спільної рамки переживання подій та консолідації навколо певних політичних орієнтирів.

У міжнародному вимірі це важливо для:

- підтримки союзницьких відносин;
- узгодження колективної позиції;
- формування коаліцій;
- вироблення спільного образу загрози.

6. Орієнтаційна функція

Міжнародні процеси складні, багаторівневі й часто незрозумілі широкій аудиторії. Пропаганда спрощує цю складність, пропонуючи готові схеми тлумачення:

- хто винен;
- хто правий;
- де загроза;

- як оцінювати подію;
- що вважати справедливим рішенням.

Тобто вона виконує функцію **когнітивного спрощення світу**.

7. Маніпулятивна функція

Пропаганда часто приховано впливає на структуру оцінювання, не залишаючи простору для повноцінного критичного аналізу. Йдеться про:

- вибірккову подачу фактів;
- замовчування;
- фреймування;
- емоційну інтенсифікацію;
- повторення;
- асоціативне поєднання.

У міжнародних відносинах маніпулятивність особливо небезпечна тим, що може впливати на масову підтримку рішень, які мають глобальні наслідки.

8. Геополітична функція

Пропаганда є інструментом **геополітичного позиціонування**. Через неї держави не лише комунікують власну позицію, а й борються за право задавати глобальні смисли, правила інтерпретації, уявлення про справедливий міжнародний порядок.

Тому в сучасному світі боротьба відбувається не лише за території, ринки чи ресурси, а й за **глобальний наративний контроль**.

Підсумковий висновок

Пропаганда в системі міжнародних відносин виконує одночасно **інформаційну, політичну, психологічну, ідентифікаційну, мобілізаційну та безпекову** функції. Вона є не просто супроводом зовнішньої політики, а інколи її передумовою, каталізатором і механізмом легітимації.

Інтерактивне завдання 3. «Функція чи ефект?»

Аспірантам пропонується набір прикладів міжнародної комунікації: офіційна заява МЗС, воєнний ролик, виступ лідера держави на міжнародному форумі, візуальна кампанія в соцмережах, повідомлення про гуманітарну допомогу.

Потрібно визначити:

1. яку функцію виконує кожен приклад;
2. яка аудиторія є цільовою;
3. чи є це пропагандою, стратегічною комунікацією або публічною дипломатією;
4. який очікуваний політичний ефект.

Методичний сенс завдання: навчити аспіранта бачити не лише текст повідомлення, а його політичну функцію.

Питання 4. Як історично змінювалися форми та інструменти пропаганди від класичних до цифрових моделей?

Методичне розкриття питання

Історія пропаганди – це історія адаптації політичного впливу до нових технологічних, соціальних та міжнародних умов. Змінювалися не лише канали передачі повідомлень, а й сама логіка впливу, темп комунікації, роль аудиторії та ступінь централізації контролю.

1. Класична модель пропаганди

Класичні форми пропаганди пов'язані з:

- релігійними інститутами;
- імперськими системами;
- монархічними дворами;
- ранньомодерною державною символікою;
- друкованим словом;
- офіційною риторикою та церемоніалом.

На цьому етапі пропаганда працювала переважно через **символи, тексти, образ правителя, ритуал, авторитет і вертикальне поширення ідей.**

Її особливості:

- обмежене коло каналів;
- сильна централізація;
- відносно повільне поширення;
- домінування елітної комунікації.

2. Модерна масова пропаганда

З розвитком масової політики, преси, радіо, кінематографа та пізніше телебачення пропаганда набуває рис **індустріального виробництва смислів.** Саме ХХ століття стало епохою масової державної пропаганди.

Для цього етапу характерні:

- стандартизоване повідомлення;
- централізований контроль;
- масова аудиторія;
- висока повторюваність;
- використання образу ворога;
- спирання на емоції, патріотизм, страх, героїзацію.

Пропаганда модерного типу тісно поєдналася з військовою мобілізацією, ідеологічним протистоянням і боротьбою за масову лояльність.

3. Холодна війна і глобалізація наративів

У період біполярного світу пропаганда стала частиною глобального ідеологічного суперництва. Її особливістю було те, що вона спрямовувалася одночасно:

- на власне населення;
- на населення союзників;
- на населення суперника;
- на країни, що не належали до жодного блоку.

На цьому етапі особливу вагу здобувають:

- міжнародне мовлення;
- культурна дипломатія;
- інформаційні служби;
- символічне протиставлення «свободи» та «тоталітаризму»;
- боротьба за глобальну громадську думку.

4. Постмодерний етап: фрагментація аудиторії

Наприкінці ХХ – на початку ХХІ століття пропаганда входить у фазу фрагментації. Якщо масова модель орієнтувалася на «середню» аудиторію, то нові комунікаційні середовища дозволяють працювати з численними сегментами.

Це означає перехід:

- від централізованої трансляції до мережевого поширення;
- від уніфікованого повідомлення до адаптивного;
- від монологу до ілюзії діалогу;
- від державної монополії до участі недержавних акторів;
- від офіційних медіа до платформеної екосистеми.

5. Цифрова пропаганда

Сучасний етап характеризується цифровізацією пропагандистського впливу. Його ознаки:

- швидкість поширення;
- візуалізація;
- мікротаргетинг;
- алгоритмічне підсилення;
- персоналізація;
- меметизація контенту;
- участь ботів, тролів, мереж впливу;

- гібридність форматів;
- складність розмежування між інформацією, розвагою, активізмом і пропагандою.

Цифрова пропаганда не завжди виглядає як офіційна політична кампанія. Вона часто маскується під:

- гумор;
- експертність;
- нібито «альтернативну правду»;
- громадянську позицію;
- інформаційний шум;
- органічний контент.

6. Від вертикалі до мережі

Найважливіша трансформація полягає в тому, що пропаганда перестала бути виключно вертикальною. У цифровому середовищі вона функціонує як **мережева екосистема**, де поєднуються:

- офіційні джерела;
- анонімні канали;
- блогери;
- псевдоексперти;
- платформи;
- автоматизовані акаунти;
- аудиторії, які самі стають ретрансляторами повідомлень.

Тобто сучасна пропаганда працює не лише через примус чи нав'язування, а через залучення, повторення, емоційне зараження та алгоритмічне посилення.

Узагальнення

Історична еволюція пропаганди демонструє перехід:

від централізованої масової трансляції → до адаптивного цифрового впливу

Цей перехід не означає зникнення старих форм. Навпаки, сучасна пропаганда часто поєднує:

- класичні символи;
- модерні образи;
- телевізійні формати;
- цифрові платформи;
- візуальну культуру;
- алгоритмічні механізми видимості.

Інтерактивне завдання 4. «Еволюція інструментів»

Запропонуйте аспірантам побудувати аналітичну таблицю:

Історичний етап	Основний канал	Тип аудиторії	Основна техніка впливу	Політичний ефект
Класична пропаганда				
Масова пропаганда	модерна			
Пропаганда Холодної війни	часів			
Цифрова пропаганда				

Після заповнення таблиці кожна група має відповісти на питання: **що саме змінилося радикально, а що залишилося незмінним?**

Очікуваний висновок: змінилися технології, темп, формат і структура аудиторії, але незмінним залишилося головне – прагнення контролювати інтерпретацію політичної реальності.

Дискусійний блок для семінару

Питання для поглибленої наукової дискусії

1. Чи можна вважати будь-яку державну зовнішню комунікацію формою пропаганди?
2. Де проходить межа між переконанням і маніпуляцією в міжнародних відносинах?
3. Чи є цифровізація радикально новим етапом пропаганди, чи лише технологічним розширенням класичних моделей?
4. Чи можлива «демократична пропаганда», або ж саме поняття завжди пов'язане з маніпуляцією?
5. Як співвідноситься пропаганда з боротьбою за міжнародну легітимність?

Практичні завдання для аспірантів

Завдання 1. Аналітичне есе

Підготуйте коротке есе на тему:
«Пропаганда в міжнародних відносинах: інструмент політичного впливу чи механізм конструювання реальності?»

Орієнтовний обсяг: 2–3 сторінки. У тексті бажано:

- дати власне визначення пропаганди;
- показати її місце в міжнародних відносинах;
- пояснити різницю між інформацією, переконанням і маніпуляцією;
- навести один сучасний або історичний приклад.

Завдання 2. Понятійний аналіз

Складіть порівняльну таблицю понять:
пропаганда, агітація, PR, публічна дипломатія, стратегічні комунікації, інформаційна операція.

Для кожного поняття вкажіть:

- суб'єкта;
- аудиторію;
- основну мету;
- інструменти;
- можливі ризики зловживання.

Завдання 3. Мінікейс

Оберіть один міжнародний інформаційний сюжет і проаналізуйте його за такими параметрами:

- хто є комунікатором;
- яка основна теза повідомлення;
- яка цільова аудиторія;
- які емоційні та смислові маркери використовуються;
- яку функцію виконує повідомлення;
- чи можна кваліфікувати його як пропаганду.

Підсумок теми

Пропаганда в міжнародних відносинах є не випадковим супровідним елементом політики, а структурним механізмом боротьби за владу над смислами. Вона формує картини світу, легітимує дії, делегітимує опонентів, мобілізує аудиторії та впливає на міжнародну громадську думку. Її історична еволюція від друкованих і символічних форм до алгоритмічно підсиленої цифрової присутності свідчить про те, що змінилися інструменти, але не зникла базова логіка: **контроль над інтерпретацією політичної реальності залишається одним із ключових ресурсів міжнародного впливу.**

Тема 2. Теоретичні підходи до аналізу пропаганди в міжнародних відносинах

План семінарського заняття

1. Теоретичне осмислення пропаганди в парадигмах міжнародних відносин.
2. Концепти сили та впливу в аналізі пропагандистських практик.
3. Методологічні підходи до дослідження пропаганди: дискурс, медіа, наратив.
4. Проблема виявлення, інтерпретації та вимірювання ефективності пропаганди.

Мета семінарського заняття

Поглибити теоретичне розуміння пропаганди як складного феномену міжнародних відносин через призму провідних теорій міжнародних відносин і сучасних дослідницьких підходів; сформулювати в аспірантів навички концептуалізації, критичного аналізу та методологічного проектування досліджень у сфері пропагандистських комунікацій.

Навчальні результати

Після опрацювання теми аспірант повинен:

- пояснювати, як різні теорії міжнародних відносин інтерпретують пропаганду;
- розрізняти силові, нормативні, інституційні та ідентифікаційні виміри пропагандистського впливу;
- застосовувати концепти «м'якої сили», «розумної сили» та «інформаційної сили» до аналізу міжнародних комунікацій;
- використовувати дискурс-аналіз, критичний аналіз медіа та наративний підхід у дослідженні пропаганди;
- виявляти методологічні труднощі емпіричного дослідження пропагандистських практик;
- формувати дослідницькі питання, гіпотези та аналітичні рамки для власних наукових розвідок.

Методичний акцент

Ця тема особливо важлива для аспірантів, адже переводить розмову про пропаганду з рівня опису на рівень **пояснення**. На етапі PhD-підготовки недостатньо просто констатувати факт наявності пропагандистського впливу. Необхідно поставити глибші питання:

- чому саме цей тип впливу з'являється в певному міжнародному контексті;
- які теоретичні засновки дозволяють його пояснити;
- якими методами його можна дослідити;
- як уникнути спрощень, ідеологізації та методологічної поверховості.

Інакше кажучи, аспірант має навчитися бачити пропаганду не лише як інформаційний продукт, а як **об'єкт теоретичного моделювання та емпіричного аналізу**.

Ключові поняття теми

Реалізм, неореалізм, лібералізм, неолібералізм, конструктивізм, м'яка сила, розумна сила, інформаційна сила, дискурс, наратив, фрейм, інтерпретаційна влада, ідентичність, легітимність, символічне домінування, медіа-фреймування, операціоналізація, причинність, комунікативний вплив.

Питання 1. Як пояснюють явище пропаганди основні теорії міжнародних відносин: реалізм, лібералізм, конструктивізм?

Методичне розкриття питання

Пропаганда в міжнародних відносинах не має єдиного універсального пояснення. Кожна велика теоретична парадигма бачить у ній різні аспекти: інструмент сили, механізм міждержавної взаємодії, спосіб конструювання ідентичностей або форму боротьби за легітимність. Саме тому для аспіранта важливо не шукати одну «правильну» теорію, а розуміти **евристичний потенціал кожної**.

1. Реалістичний підхід: пропаганда як інструмент боротьби за владу і безпеку

У логіці реалізму міжнародна система є анархічною, а держави діють передусім у категоріях **влади, безпеки, виживання та національного інтересу**. З цього погляду пропаганда постає як один із засобів державної могутності.

Реалізм дозволяє інтерпретувати пропаганду як:

- інструмент послаблення противника;
- засіб мобілізації власного населення;
- ресурс легітимації зовнішньополітичних дій;
- складову інформаційного супроводу воєнної, дипломатичної чи геополітичної боротьби.

Для реалістичної оптики принципово важливо, що інформація не є нейтральною: вона виступає частиною конкуренції між державами. У цьому сенсі пропаганда – це не випадкове доповнення політики, а форма **нематеріального застосування сили**.

Що особливо підкреслює реалізм?

- пропаганда служить інтересам держави;
- істина часто поступається доцільності;
- моральні оцінки є вторинними щодо стратегічних інтересів;
- комунікація розглядається як інструмент впливу, а не лише як діалог.

Обмеження реалізму

Реалістичний підхід добре пояснює, **навіщо держави використовують пропаганду**, але слабше пояснює:

- як саме формуються значення;
- чому одні наративи стають переконливими, а інші – ні;
- яким чином ідентичності й норми змінюють саму структуру міжнародного сприйняття.

2. Ліберальний підхід: пропаганда в умовах взаємозалежності, інститутів і публічної сфери

Лібералізм виходить із того, що міжнародні відносини не зводяться лише до боротьби за виживання. Важливими є **інституції, співпраця, економічна взаємозалежність, міжнародне право, громадська думка та комунікація між суспільствами**.

У межах ліберальної парадигми пропаганда аналізується як явище, що:

- впливає на міжнародну довіру;
- деформує відкриту комунікацію;
- викривлює умови демократичного обговорення;
- може підривати міжнародне співробітництво;
- одночасно стає засобом конкуренції у відкритих комунікативних просторах.

Ліберальна перспектива дозволяє поставити такі питання:

- як пропаганда впливає на міжнародні інститути;
- як дезінформація підриває довіру між державами;
- якою є роль вільних медіа, громадянського суспільства, міжнародних платформ у протидії маніпулятивному впливу;
- як публічна дипломатія співвідноситься з пропагандою.

Що підкреслює лібералізм?

- важливість комунікативної відкритості;
- роль суспільств, а не лише держав;
- значення інституційних обмежень і демократичної підзвітності;
- уразливість відкритих систем до маніпуляцій.

Обмеження лібералізму

Лібералізм іноді недооцінює той факт, що навіть у формально відкритих системах комунікація може бути асиметричною, а пропаганда – системною й високотехнологічною.

3. Конструктивістський підхід: пропаганда як боротьба за значення, ідентичність і норми

Конструктивізм є особливо продуктивним для аналізу пропаганди, оскільки виходить із того, що міжнародна політика формується не лише матеріальними ресурсами, а й **ідеями, нормами, ідентичностями, уявленнями про загрозу, справедливість, легітимність і порядок.**

У цій перспективі пропаганда є:

- засобом конструювання політичної реальності;
- механізмом виробництва образів «свого» і «чужого»;
- інструментом нормотворення і делегітимації;
- способом закріплення певних інтерпретацій міжнародних подій;
- практикою боротьби за домінування наративів.

Конструктивізм дозволяє побачити, що пропаганда не просто «спотворює факти», а формує самі рамки того, **що вважати фактом**, що розуміти як агресію, що – як самооборону, хто є жертвою, а хто – загрозою.

Що особливо важливо в конструктивізмі?

- міжнародна реальність є інтерпретованою;
- ідентичності не дані раз і назавжди, а виробляються;
- мова і дискурс мають політичну силу;
- пропаганда працює через смислове впорядкування світу.

Обмеження конструктивізму

Конструктивізм іноді менш чітко пояснює матеріальні та інституційні умови поширення пропаганди, зосереджуючись передусім на смислових структурах.

Порівняльна таблиця теоретичних підходів

Теорія	Як бачить пропаганду	Ключовий акцент	Сильна сторона	Обмеження
Реалізм	Інструмент сили та конкуренції	Безпека, інтерес, вплив	Добре пояснює стратегічне використання	Слабше пояснює значення та ідентичності
Лібералізм	Виклик відкритій комунікації інституціям	Співпраця, інституції, громадська думка	Добре пояснює роль суспільств і норм підзвітності	Може недооцінювати жорстку боротьбу за наративи
Конструктивізм	Механізм конструювання смислів ідентичностей	Норми, дискурс, та легітимність	Добре пояснює символічну й смислову владу	Менш фокусується на матеріальних ресурсах

Узагальнювальний висновок до питання

Жодна з теорій не вичерпує феномен пропаганди повністю. Найбільш продуктивним для аспірантського аналізу є **поєднання**:

- реалістичної уваги до інтересу й сили;
- ліберальної уваги до інституцій, публічної сфери та взаємозалежності;
- конструктивістської уваги до дискурсу, норм та ідентичності.

Коментар для аспірантів

На рівні наукового дослідження не слід обмежуватися відповіддю «реалізм пояснює пропаганду як інструмент сили». Важливо показати, **які саме аспекти пропаганди краще відкриває кожна теорія**, а також де вона втрачає пояснювальну силу.

Інтерактивне завдання 1. «Три теорії – один кейс»

Оберіть будь-який міжнародний інформаційний кейс. Розділіть академічну групу на три підгрупи:

- перша аналізує кейс із позицій реалізму;

- друга – з позицій лібералізму;
- третя – з позицій конструктивізму.

Кожна група має відповісти:

1. хто є головним актором;
2. у чому полягає політична мета комунікації;
3. які механізми впливу є визначальними;
4. що теорія пояснює найкраще, а що залишає поза увагою.

Питання 2. Яке значення мають концепти «м'якої сили», «розумної сили» та «інформаційної сили» для аналізу пропаганди?

Методичне розкриття питання

У сучасних міжнародних відносинах аналіз пропаганди неможливий без звернення до ширшої проблематики сили. Пропаганда не є суто комунікативним актом; вона пов'язана з ресурсами впливу, здатністю формувати бажане сприйняття, змінювати поведінку аудиторій та досягати зовнішньополітичних цілей без прямого примусу.

1. «М'яка сила» як здатність приваблювати, а не примушувати

Концепт **м'якої сили** дозволяє аналізувати ті форми міжнародного впливу, які ґрунтуються не на насильстві чи примусі, а на **привабливості, легітимності, культурному авторитеті, цінностях та позитивному іміджі**.

Для аналізу пропаганди цей концепт важливий тому, що показує: не весь інформаційний вплив є агресивним або маніпулятивним у прямому сенсі. Часто держави прагнуть створити таке смислове середовище, в якому їхні дії сприймаються як природні, морально виправдані чи привабливі.

Важливе розрізнення

Не слід ототожнювати м'яку силу з пропагандою. Проте між ними є зона перетину:

- коли позитивний імідж вибудовується чесно й послідовно – це радше публічна дипломатія та м'яка сила;
- коли привабливість штучно конструюється шляхом маніпулятивного викривлення, приховування або селективної репрезентації – вона наближається до пропагандистської практики.

2. «Розумна сила» як комбінування інструментів

Розумна сила означає здатність поєднувати жорсткі та м'які інструменти впливу в єдиній стратегічній логіці. Це особливо важливо для аналізу пропаганди в гібридному середовищі.

У сучасній міжнародній політиці пропаганда рідко існує ізольовано. Вона часто поєднується з:

- дипломатичним тиском;
- економічними санкціями;
- військовою демонстрацією;
- правовими аргументами;
- гуманітарними ініціативами;
- цифровими кампаніями.

Отже, концепт розумної сили дозволяє побачити пропаганду як елемент **комплексної архітектури впливу**, а не лише як медійний феномен.

3. «Інформаційна сила» як здатність контролювати смисли та видимість

Концепт **інформаційної сили** особливо релевантний для теми пропаганди, оскільки він акцентує не просто на передачі повідомлень, а на можливості:

- задавати рамки інтерпретації;
- визначати, що стане видимим, а що залишиться на периферії;
- формувати порядок денний;
- управляти інформаційними потоками;
- впливати на увагу, довіру та смислові ієрархії.

Інформаційна сила – це не лише володіння медіаресурсами, а й здатність **організовувати поле сприйняття**. У цифрову епоху вона включає:

- платформу логіку;
- алгоритмічне підсилення;
- аналітику даних;
- таргетовану комунікацію;
- швидкість реакції;
- мережеву ретрансляцію.

Як ці концепти допомагають аналізувати пропаганду?

Вони дозволяють вийти за межі вузького розуміння пропаганди як «навмисної брехні» і побачити її як частину боротьби за владу через символи, довіру, репутацію, привабливість і контроль над інтерпретацією.

Тобто сама наявність повідомлення ще не означає впливу. Вплив залежить від того, наскільки актор здатний поєднати інформаційний ресурс із символічною, інституційною та репутаційною силою.

Мінітаблиця понять

Концепт	Що означає	Значення для аналізу пропаганди
М'яка сила	Привабливість, легітимність	цінності, Дозволяє відрізнити переконання від грубого нав'язування
Розумна сила	Комбінація жорстких і м'яких інструментів	Показує місце пропаганди в ширшій стратегії впливу
Інформаційна сила	Контроль над потоками смислів і видимості	Дає змогу досліджувати пропаганду як форму влади над інтерпретацією

Коментар для аспірантів

На рівні дисертаційного дослідження важливо не лише згадувати ці концепти, а показувати, **яку аналітичну роботу вони виконують**. Наприклад, якщо ви використовуєте поняття «м'яка сила», потрібно пояснити: чи йдеться про реальну привабливість актора, чи про її комунікативну імітацію.

Інтерактивне завдання 2. «Де закінчується м'яка сила?»

Запропонуйте аспірантам три типи міжнародних комунікаційних кампаній:

1. культурно-освітня міжнародна програма;
2. іміджева зовнішньополітична кампанія;
3. масова цифрова кампанія із нав'язуванням політичної інтерпретації подій.

Потрібно визначити:

- де діє м'яка сила;
- де починається пропагандистський компонент;
- як елементи розумної сили поєднують комунікацію з іншими ресурсами впливу.

Питання 3. Як дискурс-аналіз, критичний аналіз медіа та наративний підхід застосовуються до дослідження пропагандистських практик?

Методичне розкриття питання

Сучасне дослідження пропаганди в міжнародних відносинах дедалі більше спирається не лише на політичну теорію, а й на якісні методи аналізу текстів, образів, повідомлень та комунікативних стратегій. Особливо продуктивними є **дискурс-аналіз, критичний аналіз медіа та наративний підхід**.

1. Дискурс-аналіз: як мова виробляє політичну реальність

Дискурс-аналіз виходить із того, що мова не просто описує світ, а **конструює його політичне значення**. Для дослідження пропаганди це має фундаментальне значення.

Через дискурс-аналіз можна вивчати:

- які категорії використовуються для опису подій;
- як формуються образи загрози;
- які слова стають маркерами легітимності чи делегітимності;
- як фіксуються ролі жертви, захисника, агресора, визволителя;
- як мовні формули стабілізують політичну інтерпретацію.

Наприклад, одне й те саме явище може бути назване:

- «втручанням»,
- «миротворчою операцією»,
- «захистом населення»,
- «агресією».

Кожен варіант не просто передає зміст, а задає різну політичну реальність.

2. Критичний аналіз медіа: як медіа відтворюють структури влади

Критичний аналіз медіа фокусується на тому, що медіа не є прозорими каналами передачі фактів. Вони:

- відбирають теми;
- ієрархізують події;
- встановлюють акценти;
- нормалізують одні позиції й маргіналізують інші;
- можуть відтворювати ідеологічні та владні структури.

Для дослідження пропаганди цей підхід важливий тому, що дозволяє аналізувати:

- не лише сам текст, а медіасередовище його циркуляції;
- редакційні рамки;
- візуальні образи;
- формат подачі;
- повторюваність повідомлень;
- зв'язок між політичними інтересами й медійними режимами видимості.

Критичний аналіз медіа особливо корисний, коли пропаганда не виглядає як пряма команда, а працює через **нормалізацію певного погляду**.

3. Наративний підхід: як історії організовують міжнародне сприйняття

Наративний підхід досліджує не просто окремі повідомлення, а **сюжети**, через які міжнародні події стають зрозумілими для аудиторії. Наратив завжди відповідає на питання:

- хто діє;
- хто страждає;
- хто винен;
- що сталося;
- чому це важливо;
- чим усе має завершитися.

Пропаганда особливо ефективна тоді, коли вона не просто транслює фрагменти інформації, а вбудовує їх у переконливу історію.

У міжнародних відносинах поширеними є наративи:

- оборони;
- цивілізаційного конфлікту;
- історичної справедливості;
- звільнення;
- зради;
- зовнішньої загрози;
- героїчного спротиву.

Наративний підхід дає змогу виявити, чому окремі повідомлення можуть бути слабкими самі по собі, але дуже сильними як частини великої історії.

Як ці підходи можна поєднувати?

У якісному дослідженні пропаганди ці методи краще працюють не окремо, а в комбінації:

- **дискурс-аналіз** показує мовні формули і категорії;
- **критичний аналіз медіа** показує умови їх поширення та нормалізації;
- **нарративний підхід** показує сюжетну логіку впливу.

Методична формула для аспіранта:

Пропагандистська практика = дискурс + медіа-режим + наратив

Коментар для аспірантів

Для серйозного дослідження важливо не зупинятися на загальній тезі «цей текст маніпулятивний». Потрібно показати:

- якими саме словами він організовує значення;
- у якому медіасередовищі він працює;
- яку історію він розповідає;
- яку політичну позицію пропонує аудиторії як «природну».

Інтерактивне завдання 3. «Розберіть повідомлення на три рівні»

Аспірантам пропонується короткий міжнародний політичний текст, відеофрагмент або пост у соціальній мережі. Завдання – проаналізувати його за трьома рівнями:

1. **Дискурс:** які ключові слова, опозиції, ярлики використовуються?
2. **Медіа:** як формат і спосіб подачі підсилюють смисл?
3. **Наратив:** яка історія розповідається, хто в ній герой, жертва, ворог?

Після цього група формулює висновок: це окреме інформаційне повідомлення чи частина цілісної пропагандистської стратегії?

Питання 4. У чому полягають методологічні труднощі виявлення та вимірювання ефективності пропаганди?

Методичне розкриття питання

Це одне з найскладніших питань не лише семінару, а й усього наукового дослідження пропаганди. Проблема полягає в тому, що пропаганда майже ніколи не діє в «лабораторних» умовах. Її ефекти є багатофакторними, відкладеними, опосередкованими й часто змішаними з іншими комунікативними, політичними та психологічними впливами.

1. Труднощі операціоналізації

Перша проблема – що саме вважати пропагандою в емпіричному дослідженні. Не кожне переконувальне повідомлення є пропагандистським. Виникають питання:

- які критерії відбору матеріалу;
- чи достатньо маніпулятивності як ознаки;
- чи слід враховувати намір автора;
- чи потрібно фіксувати асиметрію комунікації;
- як відрізнити пропаганду від стратегічної комунікації чи публічної дипломатії.

Без чіткої операціоналізації дослідження ризикує стати декларативним.

2. Проблема причинності

Навіть якщо ми виявили пропагандистське повідомлення, надзвичайно складно довести, що саме воно спричинило певну зміну:

- ставлення аудиторії;
- політичну поведінку;
- голосування;
- підтримку війни;
- зростання недовіри;
- зміни міжнародного іміджу.

На ставлення людей одночасно впливають:

- особистий досвід;
- групова ідентичність;
- соціальне оточення;
- інші медіа;
- політичний контекст;
- емоційний стан;
- попередні переконання.

Тому прямий зв'язок між повідомленням і ефектом встановити складно.

3. Відкладені та непрямі ефекти

Пропаганда не завжди працює як миттєва зміна думки. Часто її вплив:

- кумулятивний;
- фоновий;
- нормалізуючий;
- ідентифікаційний;
- довготривалий.

Вона може не переконати людину в новій ідеї одразу, але:

- підсилити сумнів;
- послабити довіру;
- нормалізувати крайні позиції;
- створити туман невизначеності;
- змінити рамку оцінювання подій.

Саме тому пропаганда часто ефективна не тоді, коли «переконує», а тоді, коли **розмиває критерії істини та довіри**.

4. Проблема аудиторної неоднорідності

Одна й та сама пропагандистська кампанія може мати різні ефекти для різних аудиторій:

- внутрішньої;
- зовнішньої;
- союзницької;
- нейтральної;
- елітної;
- масової;
- цифрово активної;
- маргіналізованої.

Отже, неможливо говорити про універсальну ефективність без урахування соціального, культурного, політичного та мовного контексту.

5. Методичні обмеження кількісних і якісних підходів

Кількісні підходи

Вони дозволяють вимірювати:

- частоту повідомлень;
- охоплення;
- повторюваність;
- тональність;
- взаємодії аудиторії;
- динаміку поширення.

Але вони не завжди показують:

- глибину переконання;
- смислову трансформацію;
- ідентифікаційний ефект;
- приховану інтерпретаційну дію.

Якісні підходи

Вони добре розкривають:

- смислові структури;
- мовні стратегії;

- символічні механізми;
- наративну логіку.

Але вони складніше узагальнюються й іноді вразливі до надмірної інтерпретації.

6. Алгоритмічна непрозорість цифрового середовища

У цифрову епоху додається ще одна велика проблема: дослідник не завжди бачить,

- чому саме конкретне повідомлення стало вірусним;
- як алгоритми підсилюють певний контент;
- якою була точна траєкторія поширення;
- де закінчується органічне поширення і починається штучне;
- яку роль відіграли боти, рекламні механізми або платформи рекомендації.

Отже, цифрова пропаганда створює новий рівень методологічної складності.

7. Нормативний ризик дослідника

Дослідник сам не є нейтральним автоматом. Існує небезпека:

- називати пропагандою все, що не збігається з власною позицією;
- підміняти аналіз моральним осудом;
- ідеологізувати понятійний апарат;
- втрачати чіткі критерії відбору матеріалу.

Тому для аспіранта критично важливо розмежовувати:

- наукову інтерпретацію;
- політичну оцінку;
- громадянську позицію.

Як можна підходити до вимірювання ефективності?

Найбільш продуктивною є комбінована модель, у якій ефективність розглядається як функція кількох змінних:

$$E_p = f(M, A, C, T, R)$$

де:

- E_p – ефективність пропаганди;
- M – зміст і структура повідомлення;
- A – характеристики аудиторії;
- C – політичний і комунікативний контекст;
- T – канали та технології поширення;
- R – рівень довіри до джерела.

Це означає, що ефективність не можна зводити до однієї цифри чи одного показника. Вона завжди є **контекстуальною, багатовимірною та ймовірнісною**.

Коментар для аспірантів

У дисертаційному дослідженні краще уникати категоричних формулювань на кшталт: «ця кампанія була ефективною» або «пропаганда вплинула на суспільство». Науково точніше писати:

- «можна припустити вплив на...»;
- «виявлено ознаки зміни дискурсивних рамок...»;
- «простежується зростання видимості певного наративу...»;
- «зафіксовано кореляцію між...».

Інтерактивне завдання 4. «Як довести вплив?»

Запропонуйте аспірантам таку ситуацію: існує масштабна міжнародна цифрова кампанія, яка поширює певний політичний наратив.

Завдання:

1. запропонувати критерії, за якими можна виявити її пропагандистський характер;

2. визначити, які індикатори могли б свідчити про ефективність;
3. обрати методи дослідження;
4. окреслити обмеження майбутнього дослідження.

Після презентації груп викладач ставить ключове питання: **що ми насправді вимірюємо – зміну думки, видимість наративу чи інтенсивність комунікації?**

Дискусійний блок для семінару

Питання для наукової дискусії

1. Чи можна вважати конструктивізм найбільш придатною теорією для аналізу пропаганди, чи це перебільшення?
2. Чи завжди «м'яка сила» є альтернативою пропаганді, чи іноді вона слугує її м'якою формою?
3. Чи можна виміряти ефективність пропаганди кількісно без втрати смислової глибини?
4. Наскільки цифрові платформи змінили саму методологію дослідження пропаганди?
5. Чи є науково нейтральне визначення пропаганди взагалі можливим?

Практичні завдання для аспірантів

Завдання 1. Теоретична матриця

Складіть аналітичну таблицю, в якій порівняйте реалізм, лібералізм і конструктивізм за такими параметрами:

- базове уявлення про міжнародні відносини;
- місце комунікації в міжнародній політиці;
- трактування пропаганди;
- сильні сторони підходу;
- обмеження підходу.

Завдання 2. Мініпроект дослідження

Сформулюйте короткий дизайн дослідження на тему пропаганди в міжнародних відносинах. У проекті потрібно визначити:

- об'єкт;
- предмет;
- дослідницьке питання;
- одну гіпотезу;
- теоретичну рамку;
- методи аналізу;
- можливі індикатори ефективності.

Завдання 3. Аналітичне есе

Напишіть короткий есе на тему: **«Чи можна досліджувати пропаганду поза категоріями сили та ідентичності?»**

В есе бажано:

- обґрунтувати власну позицію;
- порівняти щонайменше дві теоретичні парадигми;
- показати, як методологія впливає на результати аналізу.

Підсумок теми

Теоретичні підходи до аналізу пропаганди в міжнародних відносинах дозволяють побачити її як багатовимірний феномен: одночасно інструмент сили, механізм комунікативного впливу, спосіб виробництва ідентичностей і форму боротьби за легітимність. Реалізм акцентує інтерес і стратегічну конкуренцію, лібералізм – інституції, відкритість і роль громадської думки, конструктивізм – дискурс, норми та смисли. Концепти м'якої, розумної та

інформаційної сили розширюють розуміння пропаганди як ресурсу впливу, а якісні методи дослідження дозволяють виявити її мовні, медійні та наративні механізми. Водночас вимірювання ефективності пропаганди залишається складним через багатофакторність, контекстуальність і непряму дію комунікативного впливу.

Тема 3. Суб'єкти, канали та аудиторії міжнародної пропаганди

План семінарського заняття

1. Суб'єкти міжнародної пропаганди: державні та недержавні актори.
2. Канали поширення пропагандистських повідомлень у сучасному міжнародному середовищі.
3. Аудиторії міжнародної пропаганди та логіка їх сегментації.
4. Взаємодія внутрішньої та зовнішньої пропаганди в міжнародній комунікаційній стратегії держави.

Мета семінарського заняття

Сформувати в аспірантів цілісне уявлення про суб'єктний склад міжнародної пропаганди, логіку функціонування основних каналів її поширення, особливості цільових аудиторій та механізми взаємодії внутрішньої й зовнішньої пропаганди в умовах сучасної міжнародної комунікації.

Навчальні результати

Після опрацювання теми аспірант повинен:

- визначати коло основних державних і недержавних суб'єктів міжнародної пропаганди;
- пояснювати роль традиційних медіа, цифрових платформ, дипломатичних каналів та експертних мереж у виробництві й поширенні пропагандистських наративів;
- аналізувати принципи сегментації аудиторій у міжнародних інформаційних кампаніях;
- розкривати механізми поєднання внутрішньої та зовнішньої пропаганди;
- оцінювати багаторівневості міжнародного комунікативного впливу;
- застосовувати категорії «актор», «канал», «аудиторія», «ретрансляція», «адаптація повідомлення», «сегментація» до аналізу конкретних кейсів.

Методичний акцент для аспірантів

Ця тема є особливо важливою, оскільки дозволяє перейти від загального розуміння пропаганди до аналізу її **архітектури**. Для аспіранта недостатньо сказати, що «держава веде пропаганду» або що «соціальні мережі поширюють фейки». На дослідницькому рівні необхідно відповісти на значно складніші питання:

- хто саме продукує пропагандистський меседж;
- через які канали він набуває легітимності й масовості;
- на яку аудиторію спрямований;
- як одне й те саме повідомлення адаптується до різних цільових груп;
- чому внутрішній і зовнішній контури пропаганди дедалі тісніше переплітаються.

Інакше кажучи, аспірант має навчитися бачити міжнародну пропаганду не як окремий текст чи медійний акт, а як **складну багаторівневу систему виробництва, циркуляції та сприйняття політичних смислів**.

Ключові поняття теми

Суб'єкт пропаганди, державний актор, недержавний актор, міжнародна комунікація, цільова аудиторія, сегментація аудиторії, ретранслятор, канал комунікації, цифрова платформа, медійна екосистема, експертна мережа, дипломатичний канал, наративна адаптація, внутрішня пропаганда, зовнішня пропаганда, інформаційне посередництво, гібридна комунікація.

Питання 1. Які державні та недержавні актори виступають суб'єктами пропаганди в сучасних міжнародних відносинах?

Методичне розкриття питання

У класичних підходах до аналізу пропаганди її головним суб'єктом вважалася держава. Однак сучасне міжнародне комунікаційне середовище значно ускладнилося. Сьогодні пропагандистські функції виконують не лише урядові інституції, а й широке коло недержавних акторів. Це означає, що міжнародну пропаганду слід розглядати як **поліцентричний процес**, у якому виробництво смислів розподілене між різними акторами з різним рівнем формальної легітимності, ресурсів і впливу.

1. Держава як класичний суб'єкт міжнародної пропаганди

Держава залишається центральним актором у сфері міжнародного пропагандистського впливу, оскільки вона має:

- офіційний статус у міжнародній системі;
- інституційні ресурси;
- дипломатичні представництва;
- національні медіаресурси;
- доступ до бюджетного фінансування;
- можливість координувати комунікацію на різних рівнях.

У ролі суб'єктів пропаганди від імені держави можуть виступати:

- глава держави;
- уряд;
- міністерство закордонних справ;
- міністерство оборони;
- державні інформаційні агентства;
- офіційні міжнародні мовники;
- дипломатичні місії;
- урядові центри стратегічних комунікацій.

У міжнародних відносинах держава застосовує пропаганду для:

- легітимації зовнішньополітичного курсу;
- формування вигідного міжнародного іміджу;
- виправдання конфліктних дій;
- консолідації союзників;
- нейтралізації інформаційного впливу опонента.

2. Парадержавні та квазідержавні структури

У сучасних умовах значну роль відіграють також ті актори, які формально не є державою, але фактично діють у тісному зв'язку з нею або в її інтересах. До них можна віднести:

- державні медіакорпорації з глобальним мовленням;
- фонди, аналітичні центри та комунікаційні платформи, пов'язані з політичними елітами;
- мережі публічної дипломатії;
- культурні інститути;
- організації, що маскують державний інтерес під громадську ініціативу.

Їхня сила полягає в тому, що вони часто виглядають як більш нейтральні, професійні чи експертні джерела, ніж прямі урядові комунікатори.

3. Недержавні актори: розширення суб'єктного поля

Сучасна міжнародна пропаганда вже давно вийшла за межі суто державної діяльності. Серед недержавних суб'єктів важливу роль відіграють:

Політичні рухи та партії

Вони можуть просувати транснаціональні ідеологічні наративи, впливати на електоральну поведінку, формувати міжнародну солідарність або ворожість.

Транснаціональні корпорації та платформені компанії

Хоча вони не завжди прямо здійснюють пропаганду, їхні інформаційні інфраструктури, алгоритми та правила видимості можуть істотно впливати на поширення певних меседжів.

Громадські організації та адвокаційні мережі

Вони здатні просувати гуманітарні, правозахисні, екологічні чи безпекові наративи, які інколи мають виразний політичний і геополітичний зміст.

Експертні та аналітичні спільноти

Аналітичні центри, окремі дослідники, коментатори та публічні інтелектуали можуть ставати ретрансляторами або легітиматорами певної міжнародної інтерпретації подій.

Релігійні структури

У певних регіонах світу релігійні актори відіграють значну роль у формуванні міжнародних політичних ідентичностей та ідеологічних рамок.

Медіаінфлюенсери, блогери, мережеві лідери думок

У цифрову епоху вони стали потужними комунікаторами, здатними персоналізувати пропагандистський меседж, зробити його менш офіційним і більш «близьким» до аудиторії.

Радикальні, екстремістські чи терористичні мережі

Такі актори використовують пропаганду для вербування, залякування, мобілізації та транснаціонального символічного впливу.

4. Поліцентричність як ознака сучасної пропаганди

Сучасна міжнародна пропаганда рідко продукується одним центром. Натомість спостерігається мережевий формат, у якому один і той самий наратив поширюється через:

- офіційні заяви;
- медійні матеріали;
- коментарі експертів;
- пости блогерів;
- дипломатичні меседжі;
- напівформальні канали;
- візуальний і меметичний контент.

У цьому сенсі пропаганда більше не є лише вертикальною трансляцією, а являє собою екосистему узгоджених або напівузгоджених ретрансляцій.

Узагальнення до питання

Отже, суб'єктами міжнародної пропаганди є як державні, так і недержавні актори. Якщо у класичній моделі держава була головним і майже монопольним виробником пропагандистських смислів, то в сучасній цифровій міжнародній системі вона дедалі частіше діє через мережу посередників, партнерів, експертів, медіа й неформальних ретрансляторів.

Коментар для аспірантів

Для серйозного дослідження важливо уникати спрощення, ніби суб'єкт пропаганди завжди очевидний. Часто проблема полягає саме у встановленні того, хто є **первинним ініціатором повідомлення, а хто – вторинним носієм і підсилювачем.**

Інтерактивне завдання 1. «Карта акторів»

Оберіть умовний міжнародний інформаційний конфлікт. Аспіранти мають побудувати карту акторів із поділом на:

- первинних суб'єктів;
- інституційних ретрансляторів;
- експертних легітиматорів;
- цифрових підсилювачів;
- зовнішніх симпатиків або союзників.

Після цього потрібно відповісти: **хто справді формує наратив, а хто створює ілюзію його суспільної природності?**

Питання 2. Яку роль у поширенні пропагандистських повідомлень відіграють традиційні медіа, цифрові платформи, дипломатичні канали та експертні мережі?

Методичне розкриття питання

Ефективність міжнародної пропаганди залежить не лише від змісту повідомлення, а й від того, **через які канали воно циркулює**. Канал не є технічно нейтральним посередником. Він формує режим довіри, стиль подачі, швидкість поширення, аудиторний охоплення та навіть саму інтерпретацію повідомлення.

1. Традиційні медіа: авторитет, легітимність, масове охоплення

Попри цифрову трансформацію, традиційні медіа залишаються важливими каналами міжнародної пропаганди. Йдеться про:

- телебачення;
- друковану пресу;
- радіо;
- великі новинні агентства;
- міжнародне мовлення.

Їхня роль полягає в тому, що вони:

- надають повідомленню вигляду офіційності;
- забезпечують масовий доступ;
- формують порядок денний;
- стабілізують домінантні інтерпретації подій;
- задають рамки, які згодом підхоплюються іншими каналами.

Традиційні медіа особливо важливі для старших аудиторій, інституційного середовища та тих суспільств, де телебачення зберігає високий рівень довіри.

2. Цифрові платформи: швидкість, фрагментація, алгоритмічне підсилення

Цифрові платформи радикально змінили логіку міжнародної пропаганди. Їхня сила полягає не лише у швидкості, а в можливості:

- таргетувати конкретні групи;
- адаптувати повідомлення до різних аудиторій;
- створювати ілюзію горизонтальної комунікації;
- розмивати межу між офіційним і неофіційним;
- використовувати емоційну та візуальну інтенсивність;
- забезпечувати вірусне поширення.

У цифровому середовищі пропагандистські повідомлення можуть існувати у формі:

- постів;
- коротких відео;
- інфографіки;
- мемів;
- стримів;
- коментарних кампаній;
- ботомереж;
- псевдогромадянського контенту.

Цифрові платформи не просто поширюють пропаганду – вони змінюють її природу, роблячи її:

- більш персоналізованою;
- більш фрагментованою;
- менш помітною як офіційна політична технологія;
- інтегрованою в повсякденну комунікацію.

3. Дипломатичні канали: офіційність, легітимація, зовнішньополітична адресність

Дипломатичні канали є особливим каналом міжнародної пропаганди, тому що поєднують комунікацію з формальною зовнішньополітичною репрезентацією. Йдеться про:

- заяви міністерств закордонних справ;
- пресконференції дипломатів;
- виступи на міжнародних форумах;
- офіційні акаунти посольств;
- публічні звернення дипломатичних представництв;

- міжнародні документи, комюніке, ноти, резолюційні пояснення.

Через дипломатичні канали пропагандистський меседж набуває рис:

- офіційної позиції;
- міжнародної легітимності;
- правового й політичного обрамлення;
- зовнішньої спрямованості.

Особливо важливо, що дипломатична комунікація часто працює не через пряме нав'язування, а через **мову норм, права, відповідальності, міжнародної стабільності та моральної аргументації**.

4. Експертні мережі: інтелектуальна легітимація та нормалізація меседжу

Експертні мережі відіграють дедалі більшу роль у поширенні міжнародної пропаганди, оскільки вони забезпечують те, чого часто бракує офіційній заяві, – **ефект аналітичної переконливості**.

До експертних мереж можна віднести:

- think tanks;
- університетських дослідників;
- медійних коментаторів;
- політичних консультантів;
- колишніх дипломатів;
- спеціалістів з безпеки;
- нішеві міжнародні платформи.

Їхня роль полягає в тому, що вони:

- раціоналізують політичний меседж;
- переводять його з емоційної площини в аналітичну;
- надають йому вигляду фахової оцінки;
- допомагають інтегрувати його в інтелектуальний мейнстрим.

У багатьох випадках саме експертне середовище стає простором, де пропагандистський меседж втрачає очевидну пропагандистську форму й перетворюється на «обґрунтовану позицію».

Порівняльна логіка каналів

Канал	Основна сила	Основний ефект
Традиційні медіа	Масовість і офіційність	Стабілізація домінантного фрейму
Цифрові платформи	Швидкість, вірусність, таргетинг	Фрагментований і персоналізований вплив
Дипломатичні канали	Формальна легітимність	Офіційне міжнародне позиціонування
Експертні мережі	Аналітична переконливість	Інтелектуальна нормалізація меседжу

Коментар для аспірантів

У якісному дослідженні слід аналізувати не лише повідомлення, а й **канальну траєкторію**: де воно виникло, через що пройшло, як змінювалося, хто його підсилив і в якому середовищі воно стало переконливим.

Інтерактивне завдання 2. «Маршрут повідомлення»

Дайте аспірантам умовне міжнародне політичне повідомлення. Їхнє завдання – змоделювати, як воно поширюється:

1. через офіційну заяву;
2. через телебачення;
3. через цифрові платформи;
4. через коментар експерта;
5. через дипломатичні сторінки.

Потім група має визначити:

- де повідомлення набуває найбільшої легітимності;
- де – найбільшої вірусності;
- де – найбільшої довіри;
- де – найбільшого ризику спотворення.

Питання 3. Яким чином сегментація аудиторій впливає на вибір пропагандистських технологій?

Методичне розкриття питання

Міжнародна пропаганда ніколи не звертається до абстрактної «світової громадськості» як до однорідної маси. Її ефективність залежить від точного розуміння того, **кому саме адресоване повідомлення**. Саме тому сегментація аудиторій є одним із ключових принципів сучасної пропагандистської комунікації.

1. Аудиторія як активний, а не пасивний об'єкт впливу

Сучасні комунікативні дослідження виходять із того, що аудиторія не просто «споживає» повідомлення, а:

- інтерпретує його;
- співвідносить із власним досвідом;
- приймає або відкидає;
- переосмислює;
- ретранслює у власному середовищі.

Отже, вибір пропагандистської технології залежить від того, які:

- цінності;
- страхи;
- очікування;
- культурні коди;
- рівень політичної поінформованості;
- медіаспоживчі звички має конкретна цільова аудиторія.

2. Основні критерії сегментації аудиторій

У міжнародній пропаганді аудиторії можуть сегментуватися за кількома параметрами.

Географічний критерій

Різні регіони мають різний історичний досвід, політичну культуру, рівень довіри до джерел та різні чутливості до міжнародних тем.

Політичний критерій

Повідомлення може адресуватися:

- елітам;
- дипломатичним колам;
- експертному середовищу;
- виборцям;
- активістам;
- протестним групам;
- союзницьким або нейтральним суспільствам.

Соціально-демографічний критерій

Вік, освіта, професійний статус, мовна компетентність, цифрова активність істотно впливають на вибір форми повідомлення.

Ідентифікаційний критерій

Національна, релігійна, цивілізаційна, регіональна чи ідеологічна ідентичність визначає, які наративи аудиторія сприйматиме як близькі.

Психографічний критерій

Сучасна цифрова пропаганда враховує не лише демографію, а й стилі мислення, емоційні тригери, рівень тривожності, схильність до змови, недовіру до інституцій тощо.

3. Як сегментація впливає на технології?

Одне й те саме стратегічне повідомлення може набувати різних форм залежно від аудиторії.

Для внутрішньої масової аудиторії

Зазвичай використовуються:

- емоційно насичені меседжі;
- образи безпеки, загрози, героїзму;
- повторювані візуальні символи;
- прості дихотомії.

Для міжнародних еліт

Більш ефективними є:

- раціоналізовані аргументи;
- мова міжнародного права;
- апеляція до стабільності, безпеки, відповідальності;
- аналітичні формати.

Для молодіжних цифрових аудиторій

Переважають:

- короткі формати;
- меметичність;
- іронія;
- візуальна експресія;
- персоналізований стиль;
- елементи розважальності.

Для скептичних або ворожих аудиторій

Часто застосовуються:

- тактика «посіву сумніву»;
- фрагментація фактів;
- контрнаративи;
- стратегія не переконання, а дестабілізації довіри.

4. Від масової пропаганди до мікротаргетингу

Класична пропаганда була орієнтована на масову й відносно однорідну аудиторію. Сучасна цифрова пропаганда дедалі більше працює через **мікросегментацію**, коли окремим групам надсилаються повідомлення, адаптовані до:

- конкретних страхів;
- ідеологічних схильностей;
- локальних тем;
- мовних особливостей;
- рівня довіри до джерел.

Це означає, що сьогодні пропаганда менш помітна як єдина централізована кампанія, але значно ефективніша в індивідуальному прицільному впливі.

Узагальнення до питання

Сегментація аудиторій перетворює пропаганду з однотипної масової трансляції на складну систему адаптивного комунікативного впливу. Вона дозволяє не лише підвищити ефективність меседжу, а й мінімізувати опір, добираючи саме ті форми і змісти, які здаються аудиторії найбільш природними, звичними або переконливими.

Коментар для аспірантів

Для наукового аналізу надзвичайно важливо ставити питання не лише «що сказано?», а й **кому це сказано саме так і чому саме в такій формі?**

Інтерактивне завдання 3. «Один меседж – чотири аудиторії»

Дайте групам одне політичне повідомлення міжнародного змісту. Кожна група має адаптувати його для однієї з аудиторій:

- внутрішнього населення;

- міжнародних партнерів;
- нейтральної закордонної громадськості;
- молодіжної цифрової аудиторії.

Після презентації порівняйте:

- як змінюється лексика;
- як змінюється аргументація;
- як змінюється візуальний і емоційний тон;
- які елементи залишаються сталим ядром наративу.

Питання 4. Як взаємодіють внутрішня та зовнішня пропаганда в межах міжнародної комунікаційної стратегії держави?

Методичне розкриття питання

У класичних моделях внутрішня і зовнішня пропаганда часто розглядалися окремо: перша була спрямована на власне населення, друга – на закордонну аудиторію. У сучасному світі така межа дедалі більше стирається. Причина полягає в глобальній медіатизації, цифровій циркуляції контенту й тому, що повідомлення майже завжди здатне вийти за межі початкової цільової аудиторії.

1. Внутрішня пропаганда: консолідація, мобілізація, легітимація

Внутрішній пропагандистський контур зазвичай спрямований на:

- зміцнення підтримки влади;
- легітимацію зовнішньополітичних рішень;
- мобілізацію населення;
- формування образу загрози;
- консолідацію навколо певної національної позиції.

Тут ключовими стають:

- ідентичність;
- безпека;
- історична пам'ять;
- моральна поляризація;
- символічна єдність.

2. Зовнішня пропаганда: переконання, виправдання, міжнародне позиціонування

Зовнішня пропаганда спрямована на:

- формування позитивного іміджу держави;
- переконання міжнародної аудиторії;
- нейтралізацію критики;
- вплив на політичні еліти інших держав;
- здобуття симпатії, підтримки чи хоча б нейтралітету.

Вона часто використовує іншу мову:

- менш емоційну;
- більш правову;
- більш дипломатичну;
- більш універсалістську;
- орієнтовану на норми й міжнародні принципи.

3. Чому внутрішнє і зовнішнє більше не можна жорстко розділити?

У цифрову епоху будь-яке внутрішнє повідомлення може стати зовнішнім, а будь-яке зовнішнє – внутрішнім. Це зумовлено кількома чинниками:

- глобальною доступністю інформації;
- багатомовністю платформ;
- роботою міжнародних медіа;
- репостами та перекладами;
- участю діаспор;
- діяльністю міжнародних експертних спільнот;
- злиттям офіційної, медійної й мережевої комунікації.

Тому держава дедалі частіше вимушена будувати комунікаційну стратегію так, щоб:

- внутрішній меседж не руйнував зовнішній;
- зовнішнє позиціонування не суперечило внутрішній мобілізації;
- різні наративні рівні працювали на спільну стратегічну мету.

4. Єдність ядра та адаптація форми

Найчастіше внутрішня й зовнішня пропаганда спираються на спільне **наративне ядро**, але реалізуються в різних стилях.

Наприклад, спільними можуть бути такі базові елементи:

- хто ми;
- у чому загроза;
- чому наші дії виправдані;
- яким є бажаний політичний результат.

Водночас форма подачі змінюється:

- для внутрішньої аудиторії – більше мобілізації та емоції;
- для зовнішньої – більше аргументації, норм і міжнародної легітимації.

5. Ризики неузгодженості

Коли внутрішній і зовнішній контури суперечать один одному, виникають серйозні проблеми:

- зниження довіри;
- виявлення маніпуляцій;
- втрати репутації;
- ослаблення зовнішньополітичної переконливості;
- внутрішня демобілізація або зовнішнє нерозуміння.

Саме тому сучасні держави намагаються створювати інтегровані комунікаційні моделі, у межах яких публічна дипломатія, стратегічні комунікації, внутрішня інформаційна політика та міжнародний меседж працюють узгоджено.

6. Взаємне підсилення внутрішнього і зовнішнього вимірів

Успішна міжнародна комунікаційна стратегія передбачає, що:

- внутрішня підтримка підсилює зовнішню переконливість;
- зовнішнє визнання підсилює внутрішню легітимність;
- міжнародна солідарність стає ресурсом внутрішньої мобілізації;
- внутрішній консенсус демонструється назовні як доказ стабільності та

правоти.

У цьому сенсі внутрішня і зовнішня пропаганда не лише співіснують, а й **взаємно конструюють одна одну**.

Узагальнення до питання

Внутрішня та зовнішня пропаганда в сучасних міжнародних відносинах не можуть розглядатися як ізольовані сфери. Вони є взаємопов'язаними вимірами єдиної комунікаційної стратегії держави, що базується на спільному наративному ядрі, але адаптує свої форми до різних аудиторій і каналів.

Коментар для аспірантів

На рівні дослідження доцільно аналізувати не лише зовнішні меседжі держави, а й те, **яким чином внутрішнє комунікативне виробництво готує підґрунтя для зовнішнього позиціонування**.

Інтерактивне завдання 4. «Подвійний контур комунікації»

Розділіть групу на дві частини. Одна моделює повідомлення для внутрішньої аудиторії, друга – для зовнішньої, виходячи з однієї політичної ситуації. Потім потрібно:

- порівняти спільне наративне ядро;
- показати різницю в лексиці та аргументації;
- визначити ризики суперечності між двома версіями;

- сформулювати принципи їх узгодження.

Дискусійний блок для семінару

Питання для поглибленої наукової дискусії

1. Чи залишається держава центральним суб'єктом міжнародної пропаганди, чи мережеве середовище вже зруйнувало цю монополію?
2. Чи можна вважати цифрові платформи нейтральними каналами, якщо вони впливають на видимість і вірусність повідомлень?
3. Чи є експертні мережі засобом раціоналізації міжнародного діалогу, чи вони можуть ставати інтелектуальними провідниками пропаганди?
4. Чи можлива ефективна зовнішня пропаганда без сильної внутрішньої комунікаційної бази?
5. У чому полягає головна відмінність між масовою аудиторією модерної епохи та сегментованою цифровою аудиторією сучасності?

Практичні завдання для аспірантів

Завдання 1. Аналітична карта пропагандистської екосистеми

Оберіть один міжнародний кейс і побудуйте схему:

- головний суб'єкт;
- допоміжні суб'єкти;
- канали поширення;
- цільові аудиторії;
- типи повідомлень;
- очікувані політичні ефекти.

У висновку необхідно відповісти: **який елемент цієї системи є найбільш критичним для успіху кампанії?**

Завдання 2. Порівняльна таблиця каналів

Складіть таблицю, у якій порівняйте традиційні медіа, цифрові платформи, дипломатичні канали та експертні мережі за такими параметрами:

- тип довіри;
- швидкість поширення;
- тип аудиторії;
- рівень формальності;
- ризик маніпуляції;
- потенціал міжнародного впливу.

Завдання 3. Мініесе

Напишіть есе на тему: **«Сегментація аудиторій як умова ефективності міжнародної пропаганди: від масового мовлення до мікротаргетингу».**

В есе бажано:

- показати зміну логіки впливу;
- пояснити, чому однакове повідомлення не працює однаково для всіх;
- вказати ризики етичного та політичного характеру.

Завдання 4. Дослідницький проєкт

Сформулюйте короткий план емпіричного дослідження, у якому об'єктом буде взаємодія внутрішньої та зовнішньої пропаганди. Необхідно визначити:

- об'єкт;
- предмет;
- дослідницьке питання;
- можливі джерела;
- канали збору матеріалу;
- критерії порівняння внутрішнього й зовнішнього меседжу.

Підсумок теми

Суб'єкти, канали та аудиторії міжнародної пропаганди утворюють складну й динамічну комунікативну систему, у якій державні та недержавні актори взаємодіють через традиційні медіа, цифрові платформи, дипломатичні інструменти та експертні мережі. Сучасна пропаганда більше не зводиться до централізованого масового мовлення: вона адаптується до сегментованих аудиторій, використовує різні рівні легітимації та поєднує внутрішній і зовнішній виміри в межах єдиного стратегічного наративу. Саме тому її дослідження потребує системного підходу, який враховує не лише зміст повідомлень, а й конфігурацію акторів, траєкторію каналів і логіку аудиторного сприйняття.

Тема 4. Методи, прийоми та інструменти пропагандистського впливу

План семінарського заняття

1. Класичні методи пропаганди в міжнародних комунікаціях.
2. Психологічні механізми пропагандистського впливу: емоції, стереотипи, образ ворога, фрейми.
3. Візуальні та цифрові інструменти сучасної пропаганди.
4. Повторення, селекція фактів і маніпуляція контекстом як технології конструювання міжнародного сприйняття.

Мета семінарського заняття

Сформувати в аспірантів системне уявлення про методи, прийоми та інструменти пропагандистського впливу в міжнародних відносинах; розкрити психологічні, символічні, медійні та технологічні механізми пропаганди; навчити аналізувати, як саме пропагандистські повідомлення конструюють політичну реальність, впливають на міжнародну громадську думку та формують сприйняття конфліктів, держав і політичних рішень.

Навчальні результати

Після опрацювання теми аспірант повинен:

- знати основні класичні методи пропаганди та розуміти їхню трансформацію в сучасних міжнародних комунікаціях;
- пояснювати механізми емоційного впливу, стереотипізації, демонізації противника та фреймування;
- аналізувати роль візуальних образів, символів, мемів і відеоконтенту у формуванні міжнародних наративів;
- виявляти технології повторення, селективної подачі фактів і контекстуальної маніпуляції;
- застосовувати отримані знання до аналізу міжнародних інформаційних кейсів;
- розробляти аналітичні інструменти для дослідження пропагандистських практик у дисертаційній роботі.

Методичний акцент для аспірантів

Ця тема є однією з центральних у курсі, оскільки саме тут абстрактне поняття «пропаганда» набуває конкретного технологічного змісту. Для аспіранта важливо не лише знати перелік методів, а й розуміти, **як вони працюють разом**, як підсилюють одне одного і чому в міжнародних відносинах навіть невелика зміна формулювання, образу чи емоційного акценту може змінити політичне сприйняття події.

На рівні PhD-аналізу принципово важливо ставити питання не тільки «**що сказано?**», а передусім:

- **яким способом це сказано;**
- **чому саме цей спосіб є ефективним;**
- **який тип аудиторної реакції він передбачає;**
- **який політичний ефект має спричинити.**

Ключові поняття теми

Метод пропаганди, прийом впливу, інструмент комунікації, емоційне зараження, стереотипізація, демонізація, фреймування, повторення, селекція фактів, контекстуальна маніпуляція, візуальна пропаганда, меметизація, символічний вплив, наратив, образ ворога, медійна репрезентація, цифровий контент.

Питання 1. Які класичні методи пропаганди використовуються в міжнародних комунікаціях?

Методичне розкриття питання

Класичні методи пропаганди виникли задовго до цифрової епохи, однак і сьогодні залишаються надзвичайно ефективними. Їхня сила полягає в тому, що вони спираються на стійкі психологічні та соціальні механізми: довіру до авторитету, потребу в простих поясненнях, схильність до групової ідентифікації, емоційну реакцію на загрозу та бажання знайти морально зрозумілу картину світу.

У міжнародних комунікаціях класичні методи не зникли, а лише змінили форму подачі. Те, що колись поширювалося через листівки, промови чи пресу, сьогодні транслюється через соцмережі, цифрові платформи, відеосервіси та мережеві спільноти.

1. Метод спрощення складної реальності

Міжнародні відносини надзвичайно складні. Пропаганда зменшує цю складність, подаючи події через прості схеми:

- добро / зло;
- жертва / агресор;
- порядок / хаос;
- цивілізація / варварство;
- правда / брехня.

Такий метод особливо ефективний у кризових умовах, коли аудиторія шукає швидкого пояснення. Складні дипломатичні, історичні чи правові нюанси витісняються простими моральними конструкціями.

2. Метод апеляції до авторитету

Пропагандистське повідомлення часто підсилюється посиланням на:

- політичного лідера;
- міжнародну організацію;
- експерта;
- військового;
- науковця;
- відому медійну особу.

Суть полягає не стільки в аргументі, скільки в авторитетності джерела. У міжнародних відносинах це особливо важливо, бо зовнішня аудиторія нерідко оцінює не лише зміст, а й статус того, хто говорить.

3. Метод перенесення

Цей прийом ґрунтується на перенесенні позитивних або негативних асоціацій з одного об'єкта на інший. Наприклад:

- держава пов'язується з образом свободи, прогресу, цивілізаційної місії;
- противник – із насильством, диктатурою, хаосом, історичною загрозою.

У міжнародній пропаганді перенесення часто працює через символи, історичні паралелі, асоціації з відомими війнами, режимами чи трагедіями.

4. Метод узагальнення та ярликування

Складні політичні процеси подаються через короткі маркери:

- «терористи»;
- «миротворці»;
- «окупанти»;
- «радикали»;

- «визволителі»;
- «маріонетки»;
- «екстремісти».

Ярлик виконує дві функції: спрощує сприйняття і блокує критичне осмислення. Після наклеювання ярлика аудиторія менше схильна аналізувати складність реальної ситуації.

5. Метод повторення

Один із найдавніших і найефективніших методів. Повторюване повідомлення:

- закріплюється у пам'яті;
- починає сприйматися як «відомий факт»;
- набуває вигляду очевидності;
- стає частиною повсякденного інформаційного середовища.

У міжнародних комунікаціях повторення важливе не лише через кількість, а й через багатоканальність: коли одна й та сама теза звучить від дипломатів, експертів, медіа, блогерів і візуального контенту.

6. Метод вибіркової правди

Пропаганда не завжди базується на повній вигадці. Часто вона використовує реальні факти, але:

- вириває їх із контексту;
- подає частково;
- змінює акценти;
- приховує не вигідні елементи;
- створює хибне враження причинності.

Це один із найскладніших для викриття методів, оскільки формально повідомлення може містити правдиві елементи.

7. Метод апеляції до колективної ідентичності

Повідомлення будується так, щоб аудиторія відчула:

- спільну історичну долю;
- моральну солідарність;
- загрозу для «своїх»;
- обов'язок захисту;
- ціннісну єдність.

У міжнародних відносинах цей метод часто використовується для мобілізації союзників, діаспор, цивілізаційно споріднених спільнот або внутрішнього населення в умовах зовнішнього конфлікту.

Узагальнення до питання

Класичні методи пропаганди не втратили актуальності. Вони й надалі працюють у міжнародних комунікаціях, але тепер реалізуються в більш гнучких, цифрово адаптованих і багатоканальних формах. Їхня ефективність полягає не стільки в технічній новизні, скільки в здатності впливати на базові механізми людського сприйняття.

Коментар для аспірантів

На дослідницькому рівні варто розрізняти:

- **метод** як загальний спосіб впливу;
- **прийом** як конкретну техніку реалізації;
- **інструмент** як канал або матеріальний носій повідомлення.

Таке розмежування допомагає уникати понятійної розмитості.

Інтерактивне завдання 1. «Розпізнай метод»

Викладач готує 8–10 коротких міжнародно-політичних повідомлень. Завдання аспірантів:

1. визначити, який класичний метод використано;
2. пояснити, на який психологічний механізм він спирається;
3. оцінити, для якої аудиторії він може бути найбільш ефективним;

4. запропонувати спосіб критичного викриття цього впливу.

Питання 2. Як працюють емоційний вплив, стереотипізація, демонізація противника та фреймування подій?

Методичне розкриття питання

Успішна пропаганда рідко обмежується раціональними аргументами. Її сила полягає в умінні не просто інформувати, а **організовувати переживання**, спрямовувати емоційну реакцію і закріплювати сталі схеми тлумачення. Саме тому емоційний вплив, стереотипізація, демонізація та фреймування належать до ключових механізмів міжнародної пропаганди.

1. Емоційний вплив

Емоції скорочують шлях між повідомленням і реакцією. Вони зменшують критичну дистанцію і змушують аудиторію сприймати подію не через аналітичне осмислення, а через переживання.

Найчастіше пропаганда працює через:

- страх;
- гнів;
- співчуття;
- гордість;
- обурення;
- надію;
- почуття загрози;
- відчуття несправедливості.

У міжнародних комунікаціях емоції особливо важливі, коли потрібно:

- мобілізувати підтримку;
- виправдати жорсткі рішення;
- сформувати солідарність;
- делегітимізувати противника;
- підсилити образ жертви або героя.

Емоційний вплив не означає відсутність змісту. Навпаки, він надає змісту «температуру», робить його не просто зрозумілим, а пережитим.

2. Стереотипізація

Стереотипізація – це спрощене, повторюване приписування групі чи державі певних сталих характеристик. Наприклад:

- агресивні;
- відсталі;
- імперські;
- цивілізовані;
- ненадійні;
- героїчні;
- фанатизовані.

Пропаганда використовує стереотипи тому, що вони:

- економлять когнітивні ресурси;
- створюють відчуття знайомості;
- легко відтворюються;
- дозволяють швидко класифікувати події та акторів.

У міжнародних відносинах стереотипи особливо небезпечні, оскільки можуть тривало визначати ставлення до цілих народів, культур, регіонів і політичних спільнот.

3. Демонізація противника

Демонізація – це не просто критика опонента, а його представлення як абсолютної загрози, позбавленої моральної легітимності. Противник зображується як:

- агресор за природою;
- носій хаосу;
- ворог цивілізації;

- аморальна сила;
- постійне джерело небезпеки.

Демонізація виконує кілька важливих функцій:

- виправдовує жорсткі дії щодо противника;
- підвищує внутрішню мобілізацію;
- зменшує простір для компромісу;
- переводить конфлікт у морально абсолютну площину.

Для міжнародної пропаганди це особливо важливо, оскільки образ демонізованого противника допомагає будувати коаліції, шукати зовнішню підтримку та легітимізувати політику стримування чи ізоляції.

4. Фреймування подій

Фрейм – це рамка інтерпретації, у межах якої подія набуває певного значення. Фреймування відповідає не на питання «що сталося?», а на питання:

- як це потрібно розуміти;
- хто винен;
- хто постраждав;
- що є загрозою;
- яке рішення є виправданим.

Одна й та сама міжнародна подія може бути зафреймована як:

- акт агресії;
- захисний крок;
- гуманітарна місія;
- провокація;
- відновлення справедливості;
- порушення міжнародного права.

Фрейм не лише впливає на оцінку події, а й визначає межі можливих політичних реакцій.

Взаємодія цих механізмів

На практиці емоційний вплив, стереотипізація, демонізація і фреймування майже завжди працюють разом. Наприклад:

- спочатку аудиторії пропонується емоційно насичений образ події;
- далі він підкріплюється стереотипами про певного актора;
- потім цей актор демонізується;
- і врешті подія вбудовується у фрейм, який робить бажану політичну позицію «природною».

Мінісхема для аспірантів

Емоція → Стереотип → Образ ворога → Політичний фрейм

Ця формула не описує всі випадки, але добре демонструє логіку переходу від афекту до політичної інтерпретації.

Коментар для аспірантів

Під час аналізу міжнародного повідомлення важливо фіксувати не лише відкрито політичні тези, а й:

- які емоції воно викликає;
- які риси приписує акторам;
- чи створює воно морально абсолютний образ противника;
- яку рамку «нормального» розуміння події пропонує.

Інтерактивне завдання 2. «Емоція, образ, рамка»

Аспірантам пропонується одне політичне повідомлення та один візуальний матеріал. Завдання:

1. визначити домінуючу емоцію;
2. виявити можливі стереотипи;
3. встановити, чи присутній образ демонізованого противника;
4. сформулювати фрейм, у межах якого подано подію.

Наприкінці група має відповісти: **чи змінилася б політична оцінка події, якби фрейм був іншим?**

Питання 3. Яке місце в сучасній пропаганді займають візуальні образи, символи, меми та відеоконтент?

Методичне розкриття питання

Сучасна пропаганда дедалі більше переходить від переважно текстових форм до візуально насичених форматів. Це пов'язано не лише з розвитком цифрових платформ, а й зі зміною способу сприйняття інформації: аудиторія швидше реагує на образ, ніж на аргумент; на символ – швидше, ніж на аналітичну схему; на коротке відео – швидше, ніж на розгорнуту статтю.

Тому візуальний вимір сучасної пропаганди є не допоміжним, а часто центральним.

1. Візуальний образ як прискорювач інтерпретації

Візуальне повідомлення діє швидко, часто дораціонально. Воно:

- миттєво привертає увагу;
- викликає емоцію;
- задає інтерпретаційний тон;
- полегшує запам'ятовування;
- не потребує тривалого раціонального опрацювання.

У міжнародній пропаганді візуальні образи часто будуються навколо:

- руйнування;
- страждання цивільних;
- героїзму;
- символів державності;
- лідерських постатей;
- військової сили;
- культурної спадщини;
- картографічних образів простору.

2. Символи як концентровані носії смислу

Символ має надзвичайно високу комунікативну щільність. Він здатен передавати складні політичні значення без тривалого пояснення. У міжнародних відносинах символи можуть:

- уособлювати державність;
- активізувати історичну пам'ять;
- позначати жертву чи спротив;
- маркувати цивілізаційну належність;
- слугувати знаком легітимності або спротиву.

Символи працюють особливо ефективно тоді, коли вбудовані в колективну пам'ять і повторюються в різних каналах.

3. Меми як форма мережевої пропаганди

Мем є продуктом цифрової культури, але його політичне значення дуже серйозне. Мем:

- стискає складний зміст до короткої візуально-текстової формули;
- легко поширюється;
- часто працює через гумор, іронію чи сарказм;
- знижує критичний бар'єр;
- робить політичний меседж «своїм» і повсякденним.

У міжнародній пропаганді меми важливі тим, що:

- персоналізують конфлікти;
- висміюють опонента;

- підсилюють групову ідентичність;
- переводять серйозні події в режим емоційно доступного споживання.

Меметизація не применшує значення пропаганди, а робить її більш природною в цифровому середовищі.

4. Відеоконтент як синтез емоції, ритму й наративу

Відео є одним із найсильніших інструментів сучасної пропаганди, оскільки поєднує:

- зображення;
- звук;
- музику;
- монтаж;
- темп;
- голосовий супровід;
- текстові вставки;
- драматургію.

Завдяки цьому відеоконтент здатен:

- будувати цілісний наратив;
- створювати відчуття присутності;
- інтенсивно впливати на емоції;
- формувати довіру через «ефект очевидності»;
- задавати бажану інтерпретацію ще до включення критичного аналізу.

У міжнародних комунікаціях короткі відеоформати особливо ефективні для цифрових аудиторій, тоді як документальні чи псевдодокументальні формати частіше працюють на легітимацію та аналітичну переконливість.

5. Візуальна пропаганда як поєднання швидкості та повторюваності

Сучасна пропаганда рідко обмежується одним сильним образом. Значно частіше вона буде **візуальний режим повторення**, у якому:

- одні й ті самі кольори, символи, типи кадрування;
 - одні й ті самі образи жертви, героїзму, руйнування або загрози
- циркулюють у різних форматах і закріплюють бажаний наратив.

Узагальнення до питання

Візуальні образи, символи, меми та відеоконтент посідають у сучасній пропаганді центральне місце, оскільки дозволяють швидко передавати смисл, викликати емоцію, підсилювати ідентичність і забезпечувати вірусне поширення. Вони є не лише способом «оформлення» повідомлення, а самостійним інструментом політичного впливу.

Коментар для аспірантів

У сучасних дослідженнях пропаганди текстоцентричний підхід уже недостатній. Потрібно аналізувати:

- візуальну композицію;
- символічне навантаження;
- ритм і монтаж;
- меметичні трансформації одного й того самого меседжу.

Інтерактивне завдання 3. «Візуальна лабораторія»

Підготуйте для групи:

- один політичний плакат;
- один мем;
- один короткий відеофрагмент.

Завдання:

1. визначити головний смисл кожного матеріалу;
2. встановити, які емоції вони викликають;

3. проаналізувати символи й образи;
4. порівняти, який формат працює швидше, а який – глибше;
5. визначити, яка цільова аудиторія найбільш імовірна.

Питання 4. Як технології повторення, селективної подачі фактів і маніпуляції контекстом впливають на міжнародне сприйняття подій?

Методичне розкриття питання

Однією з найнебезпечніших особливостей пропаганди є те, що вона може впливати на аудиторію не лише через відкриту неправду, а через тонші технології: повторення, вибіркковість і контекстуальну перебудову. Саме ці механізми особливо поширені в міжнародних комунікаціях, де аудиторія часто не має безпосереднього доступу до подій і змушена покладатися на вже інтерпретовану інформацію.

1. Повторення як створення ефекту очевидності

Коли одне й те саме твердження, образ або інтерпретація повторюється багаторазово, воно:

- стає знайомим;
- починає сприйматися як буденне;
- втрачає вигляд спірного;
- набуває статусу «того, що всі знають».

У міжнародному просторі повторення часто працює через ефект багатьох джерел. Навіть якщо джерела походять з однієї інформаційної екосистеми, аудиторія може сприймати це як незалежне підтвердження.

2. Селективна подача фактів

Суть цього прийому не в тому, щоб вигадати подію, а в тому, щоб:

- обрати лише зручні факти;
- відсунути другорядні деталі на передній план;
- не згадати суперечливі дані;
- показати лише одну сторону наслідків;
- ігнорувати альтернативні пояснення.

У міжнародних відносинах селекція фактів часто формує:

- одностороннє уявлення про причини конфлікту;
- хибне враження про масштаби загрози;
- асиметричне бачення гуманітарних наслідків;
- нерівномірний розподіл співчуття чи осуду.

3. Маніпуляція контекстом

Контекст визначає, як ми розуміємо факт. Один і той самий епізод може мати різне значення залежно від:

- історичного тла;
- часової послідовності;
- політичних передумов;
- географічної рамки;
- порівняльного масштабу;
- юридичного чи морального обрамлення.

Маніпуляція контекстом може здійснюватися кількома способами:

- вилученням події з ширшого процесу;
- зміщенням хронології;
- ігноруванням причин;
- перебільшенням окремих обставин;
- перенесенням акценту з причин на наслідки або навпаки.

У результаті аудиторія може бачити не хибний факт, а хибну картину подій.

4. Вплив на міжнародне сприйняття

У глобальному медіапросторі ці технології мають особливу силу, оскільки:

- більшість аудиторій сприймають міжнародні події опосередковано;

- складні конфлікти потребують інтерпретації;
- медійна швидкість часто переважає над перевіркою;
- емоційна реакція випереджає аналітичне осмислення.

Унаслідок цього повторення, селективність і контекстуальна маніпуляція можуть:

- змінювати міжнародну симпатію й антипатію;
- впливати на політичний тиск;
- формувати ставлення до санкцій, втручання, допомоги чи ізоляції;
- визначати, хто буде сприйнятий як жертва, а хто як агресор.

5. Чому ці технології особливо ефективні?

Тому що вони працюють на межі помітності. Відверта брехня викликає підозру. Натомість часткова правда, повторена багато разів і правильно вмонтована в контекст, виглядає значно переконливіше.

Формула для аналітичного розуміння

Сприйняття події $\neq$ сума фактів

Сприйняття події = факти + відбір + повторення + контекст

Саме ця логіка є ключовою для розуміння сучасної міжнародної пропаганди.

Коментар для аспірантів

У науковому аналізі надзвичайно важливо не обмежуватися перевіркою фактичної правильності. Потрібно аналізувати:

- що саме відібрано для показу;
- що залишилося за межами повідомлення;
- як змінюється зміст при зміні контексту;
- які повторювані формули створюють ефект «безсумнівності».

Інтерактивне завдання 4. «Контекст змінює все»

Викладач пропонує один і той самий факт у трьох різних текстових рамках:

1. коротке нейтральне повідомлення;
2. емоційно забарвлене повідомлення;
3. повідомлення з історичним або правовим обрамленням.

Завдання аспірантів:

- порівняти, як змінюється сприйняття;
- визначити, які елементи є фактом, а які – контекстом;
- пояснити, у якому випадку посилюється пропагандистський потенціал;
- запропонувати методику виявлення маніпуляції.

Дискусійний блок для семінару

Питання для поглибленої наукової дискусії

1. Чи можна вважати емоційний вплив обов'язковою ознакою пропаганди, чи існує «холодна» пропаганда без явної емоційної інтенсивності?
2. Де проходить межа між законним політичним фреймуванням і маніпулятивною інтерпретацією подій?
3. Чому візуальний контент у цифрову епоху часто виявляється сильнішим за аналітичний текст?
4. Чи можна нейтралізувати пропагандистський ефект простим фактчекінгом, якщо проблема полягає не лише в неправді, а й у контексті?
5. Наскільки меми слід розглядати як «серйозний» інструмент міжнародного політичного впливу?

Практичні завдання для аспірантів

Завдання 1. Аналітична таблиця методів

Складіть таблицю, у якій порівняйте основні методи пропаганди за такими критеріями:

- сутність методу;
- психологічний механізм;
- типова цільова аудиторія;
- міжнародно-політичний ефект;
- приклад можливої реалізації.

Завдання 2. Мінікейс-аналіз

Оберіть один міжнародний інформаційний сюжет і проаналізуйте:

- які методи впливу в ньому використано;
- які прийоми підсилюють емоційне сприйняття;
- які символи або візуальні засоби задіяно;
- як побудовано фрейм події;
- чи є ознаки селективної подачі фактів.

Завдання 3. Візуально-нарративний аналіз

Оберіть один політичний плакат, один мем або коротке відео міжнародного змісту та виконайте аналіз за схемою:

1. домінантний образ;
2. центральний символ;
3. емоційний тон;
4. прихований або явний образ противника;
5. політичне послання;
6. потенційна аудиторія.

Завдання 4. Дослідницький мікропроект

Розробіть короткий дизайн емпіричного дослідження на тему:
«Фреймування міжнародної події в різних медійних середовищах».

Необхідно визначити:

- об'єкт;
- предмет;
- дослідницьке питання;
- матеріал для аналізу;
- індикатори фреймування;
- критерії виявлення повторення та контекстуальної маніпуляції.

Підсумок теми

Методи, прийоми та інструменти пропагандистського впливу становлять ядро міжнародної комунікаційної боротьби за смисли, легітимність і владу над інтерпретацією подій. Класичні методи пропаганди – спрощення, авторитет, перенесення, ярликування, повторення, вибіркова правда – і сьогодні залишаються дієвими, хоча реалізуються через нові цифрові формати. Емоційний вплив, стереотипізація, демонізація противника та фреймування подій визначають, як саме аудиторія переживає й тлумачить міжнародну реальність. Водночас візуальні образи, символи, меми та відеоконтент надають пропаганді швидкості, щільності та вірусності, а технології повторення, селективної подачі фактів і маніпуляції контекстом створюють ту інтерпретаційну рамку, у якій певна політична позиція починає виглядати єдиною можливою або природною.

РОЗДІЛ 2. ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ПОЛІТИЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ, ПУБЛІЧНА ДИПЛОМАТІЯ ТА НОВІ ІНСТРУМЕНТИ ВПЛИВУ В МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИНАХ

Тема 5. Трансформація політико-інституційних комунікаційних відносин у міжнародному середовищі під впливом цифровізації

План семінарського заняття

1. Цифровізація як чинник трансформації політико-інституційних комунікацій.
2. Внутрішні й зовнішні комунікації політичних інститутів у цифрову епоху.
3. Цифрові платформи, соціальні мережі та нові медіа як середовище поширення пропагандистських і контрпропагандистських наративів.
4. Ризики та можливості цифровізації для міжнародної інформаційної взаємодії й політичної легітимності.

Мета семінарського заняття

Сформувати в аспірантів цілісне розуміння того, як процес цифровізації змінює структуру політико-інституційних комунікацій у сучасних міжнародних відносинах; розкрити специфіку внутрішніх і зовнішніх комунікацій політичних інститутів у цифровому середовищі; показати роль цифрових платформ у поширенні політичних, пропагандистських і контрпропагандистських наративів; проаналізувати, як цифровізація впливає на довіру, легітимність, міжнародну репутацію та інформаційну стійкість держав.

Навчальні результати

Після опрацювання теми аспірант повинен:

- розуміти цифровізацію не лише як технічний, а як політико-комунікаційний процес;
- пояснювати, як змінюється взаємодія між державою, суспільством і зовнішнім середовищем під впливом цифрових технологій;
- розрізняти особливості внутрішніх і зовнішніх інституційних комунікацій у цифрову епоху;
- аналізувати роль соціальних мереж, платформ і нових медіа в боротьбі наративів;
- оцінювати ризики цифровізації для довіри, легітимності та міжнародного позиціонування держави;
- застосовувати категорії **цифрова держава, мережева комунікація, платформізація, цифровий наратив, алгоритмічне посилення, політична легітимність, контрпропаганда** до аналізу міжнародних кейсів.

Методичний акцент для аспірантів

Ця тема має принципове значення для другого модуля, оскільки показує: у сучасному світі цифровізація вже не є лише інструментом оптимізації адміністративних процедур або швидшого обміну інформацією. Вона змінює саму природу політичної комунікації, механізми інституційного представництва, режими довіри, швидкість міжнародної взаємодії та логіку боротьби за смисли.

Для аспіранта важливо зрозуміти, що цифровізація трансформує не лише **канали** комунікації, а й:

- характер політичної присутності інститутів;
- моделі взаємодії між державою і громадянином;
- межу між внутрішнім і зовнішнім інформаційним простором;
- способи легітимації рішень;
- архітектуру міжнародного іміджу;
- вразливість до дезінформації, маніпуляцій та атак на довіру.

Тому цифровізацію доцільно розглядати не як нейтральний технологічний фон, а як середовище, у якому перебудовується сама структура політичної комунікації в міжнародних відносинах.

Ключові поняття теми

Цифровізація, політико-інституційні комунікації, цифрова держава, мережева комунікація, платформізація політики, цифрова публічна сфера, міжнародна комунікація, зовнішньополітична репрезентація, цифровий наратив, алгоритмічне поширення, політична легітимність, цифрова довіра, дезінформація, контрпропаганда, інформаційна стійкість, медіатизація міжнародних відносин.

Питання 1. Як процес цифровізації змінює політико-інституційні комунікаційні відносини між державою, суспільством і зовнішнім середовищем?

Методичне розкриття питання

Цифровізація є одним із найбільш впливових процесів сучасного політичного розвитку. У контексті міжнародних відносин вона змінює не тільки технічні способи передавання повідомлень, а й саму структуру зв'язків між державними інститутами, суспільством і зовнішнім середовищем. Політична комунікація стає більш швидкою, більш відкритою, але водночас і більш вразливою, конфліктною та фрагментованою.

1. Від ієрархічної моделі до мережевої взаємодії

У класичній моделі політична комунікація функціонувала переважно за вертикальним принципом: державні інститути формували меседж, медіа його транслювали, суспільство сприймало. Цифровізація порушила цю однолінійну схему.

Тепер комунікація дедалі частіше має мережевий характер:

- держава не тільки говорить, а й постійно реагує;
- громадяни не лише отримують, а й коментують, оцінюють, поширюють, переінакшують повідомлення;
- міжнародне середовище долучається до внутрішніх політичних процесів майже миттєво;
- інформація втрачає прив'язку до одного центру контролю.

Це означає, що політико-інституційні відносини стають менш монологічними і значно більш інтерактивними, хоча ця інтерактивність далеко не завжди означає підвищення якості діалогу.

2. Зміна ролі держави як комунікатора

У цифрову епоху держава змушена бути не лише адміністратором і носієм влади, а й постійно діючим публічним комунікатором. Вона більше не може дозволити собі повільну, рідкісну, виключно формалізовану комунікацію.

Сучасні політичні інститути повинні:

- діяти в режимі постійної публічної видимості;
- реагувати на кризові події в реальному часі;
- підтримувати присутність на цифрових платформах;
- конкурувати за увагу з недержавними акторами;
- пояснювати рішення більш доступною мовою;
- зберігати довіру в умовах високої швидкості інформаційного обороту.

Таким чином, цифровізація змінює державу з «джерела офіційної інформації» на **актора безперервної публічної взаємодії**.

3. Перетворення суспільства з адресата на співучасника комунікації

Цифрове середовище підсилює роль суспільства у політичній комунікації. Громадяни, громадські мережі, активістські платформи, цифрові спільноти стають не лише аудиторіями, а й продуцентами політичних смислів.

Це має подвійний ефект.

З одного боку:

- посилюється участь;

- зростає інклюзивність комунікації;
- розширюються можливості громадського контролю;
- з'являються нові механізми політичного зворотного зв'язку.

З іншого боку:

- підвищується рівень шуму;
- посилюється емоціоналізація політики;
- виникають умови для фрагментації публічної сфери;
- зростає роль неперевіраних джерел;
- інститути втрачають монополію на визначення порядку денного.

4. Зовнішнє середовище більше не є «зовнішнім» у традиційному сенсі

Одним із найважливіших наслідків цифровізації є стирання чіткої межі між внутрішнім і зовнішнім комунікативним простором. Повідомлення, адресоване внутрішньому суспільству, майже миттєво стає доступним:

- іноземним медіа;
- дипломатичним місіям;
- міжнародним організаціям;
- діаспорам;
- зовнішнім аудиторіям;
- опонентам і союзникам.

Водночас міжнародні актори активно входять у внутрішні цифрові простори інших держав через:

- інформаційні кампанії;
- медійне цитування;
- платформені алгоритми;
- експертні інтервенції;
- мережеву публічну дипломатію.

У результаті політико-інституційні комунікації стають одночасно внутрішніми й міжнародними.

5. Цифровізація як фактор зміни режимів довіри

У традиційній моделі довіра часто будувалася на інституційному статусі джерела. У цифровому середовищі цього вже недостатньо. Довіра тепер формується на перетині:

- швидкості реакції;
- зрозумілості мови;
- візуальної присутності;
- емоційної переконливості;
- репутації платформи;
- мережевої підтримки;
- досвіду взаємодії з аудиторією.

Тобто цифровізація змінює не лише способи поширення повідомлень, а й саму логіку легітимації інституційного голосу.

Узагальнення до питання

Процес цифровізації трансформує політико-інституційні комунікаційні відносини, переводячи їх із відносно стабільної ієрархічної моделі в складну мережеву, швидкоплинну і конфліктну систему взаємодії між державою, суспільством і зовнішнім середовищем. Держава втрачає монополію на комунікативне домінування, суспільство стає активним виробником політичного змісту, а міжнародний простір інтегрується у внутрішню політичну комунікацію майже без бар'єрів.

Коментар для аспірантів

Для дослідницького аналізу важливо не ототожнювати цифровізацію лише з технічною модернізацією. У політичному сенсі це процес **перебудови владно-комунікативних відносин**, у яких змінюється не просто канал, а розподіл впливу, видимості й довіри.

Інтерактивне завдання 1. «Карта трансформації»

Запропонуйте аспірантам побудувати схему:
держава – суспільство – зовнішнє середовище у двох моделях:

1. доцифровій;
2. цифровій.

Необхідно визначити:

- хто був головним комунікатором;
- хто контролював порядок денний;
- якою була швидкість обміну;
- як здійснювався зворотний зв'язок;
- хто отримав додаткові можливості у цифрову епоху.

Питання 2. У чому полягає специфіка внутрішніх і зовнішніх комунікацій політичних інститутів в умовах цифрової епохи?

Методичне розкриття питання

Внутрішні й зовнішні комунікації політичних інститутів традиційно відрізнялися за цільовою аудиторією, стилем, мовою аргументації та стратегічною метою. Проте цифрова епоха не скасувала ці відмінності, а зробила їх водночас і більш виразними, і більш взаємопов'язаними.

1. Внутрішні комунікації: близькість, оперативність, легітимація

У межах внутрішньої комунікації політичні інститути звертаються до власного суспільства з метою:

- пояснення державної політики;
- підтримання довіри;
- мобілізації;
- легітимації рішень;
- запобігання паніці або політичній дестабілізації;
- забезпечення зворотного зв'язку.

У цифрову епоху внутрішня комунікація характеризується:

- високою частотою повідомлень;
- прямим виходом інститутів до аудиторії;
- скороченням дистанції між владою і громадянином;
- необхідністю швидкої реакції на кризу;
- підвищеною вразливістю до репутаційних помилок.

Політичний інститут тепер оцінюється не лише за рішенням, а й за тим, **як саме він його комунікує**.

2. Зовнішні комунікації: репрезентація, переконання, міжнародне позиціонування

Зовнішні комунікації спрямовані на:

- формування міжнародного іміджу;
- захист позиції держави на міжнародній арені;
- переконання іноземних урядів, еліт і суспільств;
- протидію ворожим наративам;
- утвердження легітимності дій держави;
- просування зовнішньополітичних пріоритетів.

У цифрову епоху ці комунікації набувають таких рис:

- багатомовність;
- високий рівень публічності;
- поєднання дипломатичної мови з платформеними форматами;
- постійне співіснування офіційних і неофіційних каналів;
- необхідність працювати не тільки з урядами, а й із глобальною публікою.

Тобто зовнішня комунікація стає менш закрито-дипломатичною і більш публічно-мережевою.

3. Специфічні відмінності внутрішнього і зовнішнього контурів

Попри зближення, між внутрішніми і зовнішніми комунікаціями зберігаються істотні відмінності.

Внутрішня комунікація частіше спирається на:

- ідентичність;
- емоційну мобілізацію;
- мовну близькість;
- спільну історичну пам'ять;
- повсякденний політичний контекст.

Зовнішня комунікація частіше спирається на:

- міжнародне право;
- дипломатичну аргументацію;
- універсалістські цінності;
- репутацію;
- поняття стабільності, безпеки, відповідальності.

Однак у цифрову епоху обидва контури дедалі частіше читають одне одного. Саме тому інститути змушені зважати на те, що внутрішній меседж може бути оцінений зовнішньою аудиторією, а зовнішнє повідомлення – миттєво повернутися у внутрішнє поле.

4. Новий виклик: комунікативна сумісність

Однією з головних вимог цифрової епохи є **узгодженість**. Політичний інститут більше не може дозволити собі повністю різні образи себе для внутрішнього й зовнішнього споживання без ризику репутаційної втрати.

Тому зростає значення:

- єдиного стратегічного наративу;
- синхронізації між державними інституціями;
- репутаційної послідовності;
- професійної цифрової дипломатії;
- кризової комунікації, яка враховує обидві аудиторії одночасно.

5. Цифрова епоха і персоніфікація інституційної комунікації

Ще одна особливість сучасності полягає в тому, що політичні інститути комунікують дедалі більш персоніфіковано. Акаунти лідерів, міністрів, дипломатів, пресслужб формують відчуття прямої присутності.

Це має подвійний ефект:

- підсилює довіру через ефект «безпосереднього контакту»;
- водночас робить інституцію більш залежною від стилю, тону, репутації та емоційності конкретних осіб.

Узагальнення до питання

Специфіка внутрішніх і зовнішніх комунікацій політичних інститутів у цифрову епоху полягає в тому, що вони зберігають різні функції та стилі, але все менше існують окремо. Внутрішня комунікація стає більш публічною, зовнішня – більш мережевою й масовою, а обидві дедалі сильніше залежать від швидкості, послідовності, репутації та комунікативної сумісності.

Коментар для аспірантів

У дисертаційному аналізі продуктивно досліджувати не просто внутрішню чи зовнішню комунікацію окремо, а **точки їхнього перетину**, де цифрове середовище змушує політичні інститути поєднувати мобілізацію, репрезентацію і міжнародне позиціонування.

Інтерактивне завдання 2. «Два контури – один інститут»

Оберіть умовну політичну подію. Аспіранти мають змодельовати:

- повідомлення для внутрішньої аудиторії;
- повідомлення для зовнішньої аудиторії.

Після цього потрібно порівняти:

- що залишилося спільним;

- що змінилося в тоні;
- як змінилася аргументація;
- які репутаційні ризики виникають, якщо обидва повідомлення потрапляють в один публічний простір.

Питання 3. Як цифрові платформи, соціальні мережі та нові медіа впливають на поширення пропагандистських і контрпропагандистських наративів?

Методичне розкриття питання

Цифрові платформи й соціальні мережі стали одним із центральних середовищ сучасної міжнародної комунікації. Вони не просто прискорюють поширення повідомлень, а змінюють сам механізм наративної боротьби. Пропаганда і контрпропаганда тепер відбуваються в умовах постійної конкуренції за увагу, довіру, видимість і швидкість реакції.

1. Платформізація політичної комунікації

Політичні інститути дедалі більше адаптують свою комунікацію до логіки платформ. Це означає:

- коротші формати;
- візуальну насиченість;
- емоційний акцент;
- ритмічність публікацій;
- персоналізацію повідомлень;
- боротьбу за алгоритмічну видимість.

У такому середовищі наратив перемагає не лише тоді, коли він логічно сильний, а й тоді, коли він:

- швидко поширюється;
- добре адаптується до платформи;
- викликає емоційну реакцію;
- легко відтворюється аудиторією.

2. Соціальні мережі як середовище розмитої межі між офіційним і неофіційним

У соціальних мережах офіційна позиція держави, думка інфлюенсера, емоційна реакція користувача і маніпулятивний контент можуть з'являтися в одному інформаційному потоці. Це створює нову ситуацію:

- джерела змішуються;
- символічна вага повідомлення залежить не лише від статусу автора;
- пропаганда може маскуватися під спонтанну суспільну думку;
- контрпропаганда може народжуватися як відповідь знизу, а не лише як

державна стратегія.

У результаті наративна боротьба стає більш хаотичною, але й більш динамічною.

3. Алгоритми як невидимі посередники

Одна з ключових особливостей цифрових платформ полягає в тому, що поширення наративів залежить не лише від змісту, а й від алгоритмічної логіки. Алгоритми:

- підсилюють те, що викликає реакцію;
- роблять видимими одні повідомлення і маргіналізують інші;
- сприяють повторенню;
- підживлюють емоційно насичений контент;
- можуть створювати інформаційні бульбашки.

Таким чином, цифрова пропаганда працює не лише через повідомлення, а й через **структуру платформи**, яка підсилює одні типи наративів більше, ніж інші.

4. Нові медіа і гнучкість контрнاراتиву

Нові медіа створюють не лише загрози, а й можливості. У цифровому середовищі контрпропагандистські наративи можуть:

- з'являтися швидше;
- оперативно відповідати на маніпуляції;
- використовувати фактчекінг у реальному часі;

- залучати громадянські мережі;
- будувати альтернативні інтерпретації;
- працювати з міжнародною аудиторією без традиційних посередників.

Це особливо важливо для держав і суспільств, які змушені оборонятися в інформаційній боротьбі.

5. Вірусність і крихкість правди

Одна з найбільших проблем цифрового середовища полягає в тому, що пропагандистський наратив часто має комунікативну перевагу над складною, перевіреною, нюансованою інформацією. Причини очевидні:

- він простіший;
- емоційніший;
- швидший;
- краще підходить до платформеного ритму;
- частіше використовує візуальні форми;
- не стриманий академічною або юридичною обережністю.

Контрпропаганда в таких умовах не може обмежитися лише спростуванням. Вона повинна створювати **переконливий альтернативний наратив**, а не лише виправляти чужий.

Узагальнення до питання

Цифрові платформи, соціальні мережі та нові медіа радикально впливають на поширення пропагандистських і контрпропагандистських наративів, оскільки змінюють швидкість, формат, логіку видимості й режими довіри. У сучасній міжнародній комунікації боротьба йде не лише за істинність повідомлення, а й за здатність зробити його помітним, повторюваним, емоційно значущим і мережево життєздатним.

Коментар для аспірантів

При дослідженні цифрових наративів потрібно аналізувати не тільки текст і автора, а ще й:

- платформу;
- формат;
- алгоритмічні умови поширення;
- режим взаємодії аудиторії;
- швидкість контрреакції.

Інтерактивне завдання 3. «Життєвий цикл наративу»

Дайте аспірантам одне умовне політичне повідомлення. Потрібно описати, як воно може пройти такі етапи:

1. первинна поява;
2. підхоплення соціальними мережами;
3. візуальна адаптація;
4. експертне коментування;
5. міжнародне цитування;
6. поява контрнативу;
7. закріплення або згасання.

Потім група має пояснити, на якому етапі наратив є найбільш вразливим до корекції.

Питання 4. Які ризики й можливості створює цифровізація для міжнародної інформаційної взаємодії та політичної легітимності?

Методичне розкриття питання

Цифровізація не може бути оцінена однозначно як позитивний чи негативний процес. Вона створює водночас нові можливості для відкритості, участі, швидкої міжнародної комунікації та нові ризики для довіри, стабільності, репутації й легітимності політичних інститутів.

1. Можливості цифровізації

Підвищення швидкості міжнародної взаємодії

Політичні інститути отримують змогу оперативно пояснювати свою позицію, реагувати на кризи, звертатися до міжнародної аудиторії майже без посередників.

Розширення доступу до глобальної публіки

Навіть держава з обмеженим традиційним медійним впливом може стати видимою на міжнародному рівні через добре організовану цифрову комунікацію.

Зміцнення прозорості

Цифрові інструменти за належного використання можуть посилювати відкритість інституцій, забезпечувати доступ до офіційної інформації, формувати практики публічної звітності.

Підтримка контрпропаганди та інформаційної стійкості

Цифрове середовище дає можливість швидко спростовувати фейки, координувати міжнародну підтримку, поширювати достовірні дані, створювати альтернативні наративи.

Формування цифрової дипломатичної присутності

Інститути можуть розвивати нові форми міжнародної репрезентації через цифрову дипломатію, онлайн-взаємодію з аудиторіями та мережеве позиціонування.

2. Ризики цифровізації

Фрагментація публічної сфери

Аудиторії споживають різні інформаційні потоки, що ускладнює формування спільної картини подій і єдиного комунікативного поля.

Криза довіри

Велика кількість джерел, фейків, маніпуляцій і напівправди підриває довіру не лише до окремих повідомлень, а й до інституцій як таких.

Репутаційна крихкість політичних інститутів

У цифровому середовищі навіть невелика комунікативна помилка, затримка реакції або суперечливий меседж можуть швидко перерости в кризу легітимності.

Зовнішнє втручання

Цифровий простір створює сприятливі умови для інформаційних операцій, дезінформаційних кампаній, маніпуляцій громадською думкою та атак на політичні інститути ззовні.

Алгоритмічне викривлення видимості

Не завжди найбільш точне чи легітимне повідомлення стає найбільш помітним. Алгоритмічне середовище часто віддає перевагу емоційності, конфліктності, спрощенню.

3. Політична легітимність у цифрову епоху

Політична легітимність усе більше залежить не лише від правових процедур або результативності політики, а й від здатності інститутів:

- бути переконливими;
- бути комунікативно присутніми;
- демонструвати прозорість;
- реагувати на кризу без втрати довіри;
- витримувати інформаційні атаки;
- утримувати послідовний публічний образ.

Отже, легітимність стає не лише інституційною, а й **комунікативно-платформеною**.

4. Міжнародна інформаційна взаємодія як зона нової відповідальності

Цифровізація посилює взаємопроникнення політичних просторів. Це означає, що держави дедалі більше відповідають не лише за зміст власної політики, а й за якість, етичність і стійкість своєї комунікації.

У міжнародному середовищі важливими стають:

- достовірність;
- швидкість;
- послідовність;
- міжінституційна координація;

- цифрова репутація;
- здатність до кризової комунікації.

Узагальнення до питання

Цифровізація створює для міжнародної інформаційної взаємодії та політичної легітимності як великі можливості, так і серйозні ризики. Вона відкриває простір для швидкої, глобальної, інтерактивної комунікації, але водночас робить політичні інститути більш уразливими до дезінформації, репутаційних криз, фрагментації довіри та зовнішнього втручання. Саме тому цифрова компетентність політичних інститутів стає складовою їхньої міжнародної стійкості.

Коментар для аспірантів

У науковому дослідженні доцільно розглядати легітимність у цифрову епоху не лише як юридичну чи політичну категорію, а і як **комунікативний результат постійної взаємодії між інститутом, аудиторією, платформами і міжнародним середовищем**.

Інтерактивне завдання 4. «Можливість чи ризик?»

Група отримує перелік явищ:

- прямі звернення інституцій у соцмережах;
- алгоритмічне поширення контенту;
- онлайн-фактчекінг;
- цифрова дипломатія;
- анонімні мережі впливу;
- вірусні відеоформати;
- цифрові сервіси держави.

Потрібно визначити:

1. яке явище створює передусім можливість;
2. яке передусім ризик;
3. які з них мають подвійний характер;
4. як політичний інститут може мінімізувати ризики і посилити позитивний ефект.

Дискусійний блок для семінару

Питання для поглибленої наукової дискусії

1. Чи посилює цифровізація демократію, чи радше робить політичну комунікацію більш фрагментованою та маніпулятивною?
2. Чи можна вважати цифрову присутність інституту новим джерелом політичної легітимності?
3. Наскільки реалістично сьогодні розмежувати внутрішню і зовнішню політичну комунікацію?
4. Чи є соціальні мережі радше інструментом демократизації міжнародної комунікації, чи середовищем посилення пропаганди?
5. Чи достатньо фактчекінгу для протидії цифровим пропагандистським наративам, якщо проблема стосується не лише фактів, а й довіри, емоцій і швидкості?

Практичні завдання для аспірантів

Завдання 1. Аналітичне есе

Підготуйте есе на тему: **«Цифровізація політико-інституційних комунікацій: розширення участі чи криза контролю?»**

В есе бажано:

- окреслити, як змінилася роль держави як комунікатора;
- показати, як суспільство стало активним учасником політичної комунікації;

- пояснити, які міжнародні наслідки має стирання межі між внутрішнім і зовнішнім інформаційним простором.

Завдання 2. Порівняльна таблиця

Складіть таблицю:

Параметр	Доцифрова модель	Цифрова модель
Тип комунікації		
Швидкість		
Роль держави		
Роль громадянина		
Межа внутрішнього/зовнішнього		
Ризики		
Можливості		

Після заповнення таблиці сформулюйте короткий висновок про те, які зміни є структурними, а які – інструментальними.

Завдання 3. Аналіз інституційної комунікації

Оберіть один політичний інститут і проаналізуйте:

- як він комунікує з внутрішньою аудиторією;
- як він комунікує з зовнішньою аудиторією;
- які платформи використовує;
- чи є між цими повідомленнями стилістична та змістова узгодженість;
- які ризики для репутації або довіри можна виявити.

Завдання 4. Дослідницький мікропроект

Розробіть короткий план дослідження на тему:
«Цифрові платформи як середовище боротьби пропагандистських і контрпропагандистських наративів».

Необхідно визначити:

- об'єкт;
- предмет;
- дослідницьке питання;
- робочу гіпотезу;
- матеріал для аналізу;
- критерії виявлення наративу;
- критерії оцінювання платформеного впливу.

Підсумок теми

Цифровізація радикально трансформує політико-інституційні комунікаційні відносини в міжнародному середовищі, змінюючи ролі держави, суспільства і зовнішніх акторів у виробництві, поширенні та інтерпретації політичних смислів. Внутрішні й зовнішні комунікації політичних інститутів стають більш швидкими, публічними, взаємопов'язаними та репутаційно вразливими. Цифрові платформи, соціальні мережі та нові медіа посилюють як пропагандистські, так і контрпропагандистські наративи, роблячи боротьбу за увагу і довіру центральним елементом міжнародної політики. У цих умовах політична легітимність дедалі більше залежить не лише від змісту рішень, а й від здатності інституцій бути послідовними, переконливими і стійкими в цифровому інформаційному середовищі.

Тема 6. Технології політичної комунікації в міжнародних відносинах: PR-технології, репутаційний вплив і пропагандистські практики

План семінарського заняття

1. PR-технології в системі політичної комунікації держави у сфері міжнародних відносин.
2. Співвідношення PR-технологій, стратегічних комунікацій, публічної дипломатії та пропаганди.
3. PR-інструменти формування міжнародного іміджу держави, політичних інститутів і зовнішньополітичних рішень.
4. Репутаційний менеджмент, переконання і маніпулятивний вплив у міжнародному комунікаційному середовищі.

Мета семінарського заняття

Сформувані в аспірантів цілісне уявлення про місце PR-технологій у системі політичної комунікації держави в міжнародних відносинах; розкрити відмінності та зони перетину між PR, стратегічними комунікаціями, публічною дипломатією і пропагандою; показати роль репутаційного впливу у формуванні міжнародного іміджу та легітимації зовнішньополітичних рішень; навчити аналізувати, як комунікаційні технології можуть одночасно виконувати функції переконання, репрезентації й маніпулятивного впливу.

Навчальні результати

Після опрацювання теми аспірант повинен:

- розуміти місце PR-технологій у зовнішньополітичній комунікації держави;
- розрізняти PR, стратегічні комунікації, публічну дипломатію та пропаганду в міжнародному контексті;
- аналізувати інструменти формування міжнародного іміджу держави та її інституцій;
- пояснювати, як репутаційний менеджмент пов'язаний із зовнішньополітичною легітимацією;
- виявляти межу між переконанням, іміджевою політикою та маніпулятивним впливом;
- застосовувати ці підходи до аналізу міжнародних кейсів, політичних кампаній та комунікаційних стратегій держав.

Методичний акцент для аспірантів

Ця тема є особливо важливою для аспірантів, оскільки саме тут постає одне з найскладніших питань сучасної міжнародної комунікації: **де закінчується легітимне репрезентування державних інтересів і починається пропагандистське конструювання вигідної реальності?**

У міжнародних відносинах держави ніколи не комунікують нейтрально. Вони прагнуть:

- бути переконливими;
- виглядати легітимними;
- формувати довіру;
- зміцнювати позитивну репутацію;
- зменшувати негативне сприйняття своїх дій;
- просувати власний порядок денний.

Саме тому PR-технології в міжнародній сфері слід розглядати не як суто технічний інструмент публіситі, а як частину ширшої боротьби за **символічний капітал, міжнародну довіру, політичну легітимність і контроль над інтерпретацією подій.**

Ключові поняття теми

PR-технології, політична комунікація, міжнародний імідж, репутаційний менеджмент, зовнішньополітична легітимація, стратегічні комунікації, публічна дипломатія, пропаганда, державний брендинг, символічний вплив, міжнародна репутація, інформаційний супровід політики, наративне позиціонування, комунікативна довіра, маніпулятивний вплив.

Питання 1. Яке місце посідають PR-технології в системі політичної комунікації держави у сфері міжнародних відносин?

Методичне розкриття питання

PR-технології у сфері міжнародних відносин посідають важливе місце в системі політичної комунікації держави, оскільки забезпечують не лише інформування про позицію держави, а й формування сприятливого сприйняття цієї позиції в очах зовнішніх і внутрішніх аудиторій. У сучасному світі недостатньо просто мати політичну лінію чи зовнішньополітичну стратегію – необхідно ще й уміти **переконливо її подати, пояснити, легітимізувати і зробити репутаційно прийнятною**.

1. PR як інструмент організації політичної присутності держави

У міжнародній сфері PR-технології дозволяють державі бути не просто суб'єктом дії, а суб'єктом **публічної видимості**. Через них держава:

- пояснює свої рішення;
- створює бажаний образ себе;
- просуває позитивні асоціації;
- нейтралізує репутаційні ризики;
- реагує на інформаційні кризи;
- формує довгострокову довіру.

Отже, PR тут виконує функцію **репрезентації держави у політичному й символічному вимірі**.

2. PR як частина зовнішньополітичного супроводу

У зовнішній політиці рішення рідко існують поза комунікаційним контекстом. Міжнародні дії держави потребують супроводу, який:

- робить їх зрозумілими;
- зменшує неоднозначність;
- формує позитивний фрейм;
- пом'якшує реакцію критичних аудиторій;
- допомагає здобути підтримку союзників;
- посилює легітимність на міжнародній арені.

Тому PR-технології слід розглядати як один із інструментів зовнішньополітичного забезпечення, поряд із дипломатією, стратегічними комунікаціями та публічною дипломатією.

3. PR як засіб роботи з різними аудиторіями

У міжнародних відносинах PR орієнтується не на одну узагальнену «зовнішню публіку», а на цілий спектр аудиторій:

- іноземні уряди;
- міжнародні організації;
- експертні спільноти;
- медіа;
- бізнесові кола;
- діаспори;
- міжнародну громадськість;
- власне населення, яке також оцінює зовнішньополітичну ефективність держави.

Саме тому PR-технології мають бути багаторівневими, гнучкими та адаптованими до різних форматів сприйняття.

4. PR як інструмент конкуренції за увагу і довіру

У сучасному міжнародному середовищі держави конкурують не лише за ресурси, вплив чи безпеку, а й за:

- видимість;
- довіру;
- симпатію;
- інтерпретаційну перевагу;
- репутаційну стійкість.

PR-технології допомагають державі вигравати цю конкуренцію, оскільки працюють на:

- впізнаваність;
- позитивне асоціативне поле;
- узгодженість меседжів;
- зменшення комунікативних втрат;
- підтримання довгострокового образу надійного актора.

5. Обмеження PR у міжнародній сфері

Водночас PR не є всесильним інструментом. Його ефективність залежить від:

- реальної політики держави;
- узгодженості між діями і повідомленнями;
- рівня довіри до інституцій;
- наявності кризи чи конфлікту;
- міжнародного контексту;
- конкурентних наративів.

Якщо реальна практика держави суперечить її комунікації, PR починає виглядати як фасад або маскування, що лише посилює репутаційний ризик.

Узагальнення до питання

PR-технології посідають важливе місце в системі політичної комунікації держави у сфері міжнародних відносин, оскільки забезпечують репрезентацію, легітимацію, іміджеве позиціонування та репутаційний супровід зовнішньої політики. Вони не підміняють дипломатію чи стратегію, але дедалі частіше визначають, як саме міжнародна дія буде сприйнята, оцінена і вбудована в ширший політичний наратив.

Коментар для аспірантів

На рівні дослідження важливо не зводити PR лише до «покращення іміджу». У міжнародних відносинах PR є механізмом **організації політичної видимості**, що впливає на довіру, легітимність і сприйняття інтересів держави.

Інтерактивне завдання 1. «PR чи просто інформування?»

Аспірантам пропонується кілька типів міжнародних повідомлень:

- офіційна заява;
- іміджева кампанія;
- промоційний ролик;
- дипломатичне звернення;
- кризовий брифінг.

Завдання:

1. визначити, де є інформаційна функція, а де вже працює PR-логіка;
2. встановити цільову аудиторію;
3. пояснити, який репутаційний ефект очікується;
4. оцінити, чи узгоджується повідомлення з реальною політикою актора.

Питання 2. Чим відрізняються PR-технології, стратегічні комунікації, публічна дипломатія та пропаганда в міжнародному контексті?

Методичне розкриття питання

Це одне з ключових питань теми, оскільки в міжнародних відносинах ці поняття часто перетинаються, змішуються або навмисно ототожнюються. Для аспіранта принципово важливо вміти не лише інтуїтивно розрізнити їх, а й чітко бачити **функціональні межі, зони перетину та логіку переходу одного формату в інший**.

1. PR-технології

PR у міжнародному контексті – це передусім діяльність, спрямована на формування і підтримання позитивного образу держави, інституції або політичного рішення, а також на встановлення сприятливих комунікативних відносин із цільовими аудиторіями.

Основні риси PR:

- орієнтація на репутацію;
- робота з публічним сприйняттям;
- прагнення до довіри й позитивної асоціативності;
- адаптація повідомлення до конкретних аудиторій;
- використання медіа та подій для формування сприятливого образу.

2. Стратегічні комунікації

Стратегічні комунікації є ширшим поняттям. Вони охоплюють координоване використання всіх комунікативних ресурсів держави або інституції для досягнення довгострокових політичних цілей.

Їхні особливості:

- інтегрованість;
- довгострокова орієнтація;
- узгодження слів, дій і символів;
- поєднання внутрішнього і зовнішнього вимірів;
- координація між різними інституціями.

PR може бути частиною стратегічних комунікацій, але не охоплює їх повністю.

3. Публічна дипломатія

Публічна дипломатія – це комунікація держави з іноземними суспільствами з метою формування розуміння, довіри, симпатії та підтримки її позицій, цінностей і зовнішньополітичних інтересів.

Вона відрізняється тим, що:

- орієнтована саме на зовнішню аудиторію;
- часто має довгостроковий характер;
- широко використовує культуру, освіту, цінності, діалог;
- не завжди є кризовою чи політично гострою;
- може працювати на глибше, більш м'яке і тривале формування образу держави.

4. Пропаганда

Пропаганда – це цілеспрямований системний вплив на сприйняття, оцінки та поведінкові установки аудиторії з метою формування вигідної картини політичної реальності. Вона може використовувати як правдиві, так і частково викривлені, селективні чи маніпулятивні повідомлення.

Її ознаки:

- висока інструментальність;
- прагнення контролювати інтерпретацію;
- сильний наративний і емоційний компонент;
- можливість маніпуляції;
- часто – асиметричність комунікації.

5. Головні відмінності

Для методичного розуміння доцільно подати ці поняття в логіці від ширшого до вузького та від легітимно-репрезентативного до потенційно маніпулятивного.

Поняття	Основна мета	Ключовий акцент	Типова аудиторія	Ризик маніпуляції
PR-технології	Позитивне сприйняття репутація	Образ, підтримка	довіра, Внутрішня зовнішня	Помірний
Стратегічні комунікації	Досягнення довгострокових політичних цілей	Координація меседжів і дій	всіх Багаторівнева	Залежить від стратегії
Публічна дипломатія	Формування довіри і розуміння назовні	Діалог, представлення	цінності, Іноземні суспільства	Нижчий, але не нульовий

Поняття	Основна мета	Ключовий акцент	Типова аудиторія	Ризик маніпуляції
Пропаганда	Формування вигідної картини реальності	Вплив, мобілізація, інтерпретаційний контроль	Будь-яка цільова аудиторія	Високий

6. Зони перетину

На практиці ці форми не існують у повній ізоляції. Наприклад:

- PR може бути складовою публічної дипломатії;
- публічна дипломатія може бути інтегрована у стратегічні комунікації;
- стратегічні комунікації можуть включати елементи PR, дипломатії і навіть пропагандистського впливу;
- пропаганда іноді маскується під PR або дипломатію.

Саме тому важливо аналізувати не лише назву практики, а:

- її мету;
- структуру повідомлення;
- рівень відкритості;
- ставлення до автономії аудиторії;
- характер використання фактів і емоцій.

Узагальнення до питання

PR-технології, стратегічні комунікації, публічна дипломатія та пропаганда пов'язані між собою, але не є тотожними. PR працює переважно з образом і репутацією, стратегічні комунікації – з координацією довгострокового впливу, публічна дипломатія – із зовнішньою довірою та діалогом, а пропаганда – з цілеспрямованим формуванням вигідної інтерпретації реальності, часто через маніпулятивні механізми.

Коментар для аспірантів

На рівні дисертації важливо не просто давати дефініції, а вміти показувати, **чому саме конкретну практику слід віднести до PR, публічної дипломатії чи пропаганди**, а не задовольнятися формальним самоназиванням актора.

Інтерактивне завдання 2. «Розмежуйте поняття»

Кожна група отримує по одному кейсу міжнародної комунікації. Завдання:

1. визначити, який формат комунікації домінує;
2. обґрунтувати, чому це саме PR, публічна дипломатія, стратегічна комунікація або пропаганда;
3. показати, чи є в кейсі ознаки змішаного формату;
4. сформулювати критерій, який став вирішальним для класифікації.

Питання 3. Як PR-інструменти використовуються для формування міжнародного іміджу держави, політичних інститутів і зовнішньополітичних рішень?

Методичне розкриття питання

Міжнародний імідж держави не виникає спонтанно. Він формується під впливом довгострокових історичних асоціацій, реальних політичних практик, зовнішньополітичних рішень, медійного висвітлення та цілеспрямованої комунікаційної роботи. Саме тут PR-інструменти відіграють важливу роль, оскільки дозволяють системно організовувати образ держави та її інституцій у міжнародному сприйнятті.

1. Імідж як політичний ресурс

Міжнародний імідж має практичне значення, оскільки він впливає на:

- довіру до держави;
- готовність до співпраці;
- підтримку її політичних ініціатив;
- інвестиційну привабливість;

- туристичну репутацію;
- ставлення до її дипломатичних кроків;
- сприйняття легітимності її зовнішньополітичних рішень.

Отже, імідж – це не декоративний додаток до політики, а реальний зовнішньополітичний ресурс.

2. Основні PR-інструменти формування міжнародного іміджу

У міжнародному контексті PR-інструменти можуть включати:

- медійну роботу;
- інформаційні кампанії;
- інтерв'ю та публічні виступи;
- презентаційні матеріали;
- цифрові комунікації;
- міжнародні заходи;
- кризові брифінги;
- репутаційне позиціонування через символічні події;
- співпрацю з лідерами думок та експертними мережами.

Кожен із цих інструментів працює не лише на передачу інформації, а на **побудову стабільної інтерпретації того, ким є держава і як слід оцінювати її дії.**

3. Формування іміджу політичних інститутів

PR у міжнародному вимірі стосується не лише держави як абстрактного суб'єкта, а й конкретних інституцій:

- уряду;
- міністерства закордонних справ;
- парламенту;
- офісу глави держави;
- оборонних і гуманітарних інституцій;
- дипломатичних місій.

Імідж інституції формується через:

- стиль комунікації;
- професійність;
- відкритість;
- швидкість реагування;
- послідовність позиції;
- вміння діяти в кризових умовах;
- символічну мову представлення себе у світі.

4. Легітимація зовнішньополітичних рішень

Одним із ключових напрямів використання PR-інструментів є комунікаційний супровід зовнішньополітичних рішень. Йдеться про те, щоб подати рішення не просто як державну волю, а як:

- логічне;
- обґрунтоване;
- морально виправдане;
- відповідальне;
- необхідне;
- сумісне з міжнародними нормами.

Таким чином, PR-інструменти допомагають рішенням здобути:

- зрозумілість;
- підтримку;
- прийнятність;
- репутаційну захищеність.

5. Державний брендинг і політичний наратив

Формування іміджу часто виходить за межі окремої кампанії та переходить у сферу державного брендингу. Це означає створення довготривалого образу держави як:

- сучасної;
- надійної;
- демократичної;
- культурно привабливої;
- технологічної;
- миролюбної;
- стійкої або інноваційної.

Проте ефективний брендинг неможливий без наративної послідовності. Окремі PR-акції працюють лише тоді, коли вбудовані у більшу історію про державу, її місце у світі та її політичну суб'єктність.

6. Ризик розриву між образом і реальністю

Найслабше місце PR-стратегії полягає в тому, що міжнародна аудиторія дедалі швидше виявляє розрив між образом і реальною практикою. Якщо державний імідж виглядає надто штучним, декларативним або суперечить політичним діям, тоді PR перетворюється не на ресурс довіри, а на джерело скепсису.

Узагальнення до питання

PR-інструменти відіграють важливу роль у формуванні міжнародного іміджу держави, її інституцій і зовнішньополітичних рішень, оскільки дозволяють організовувати символічну присутність, підсилювати довіру, забезпечувати комунікативний супровід політики та формувати довготривалу репутаційну рамку сприйняття. Водночас їхня ефективність залежить від реальної узгодженості між комунікованим образом і політичною практикою.

Коментар для аспірантів

Для дослідження міжнародного іміджу важливо розглядати не лише комунікацію як таку, а й **репутаційний ефект від її збігу або розходження з реальною поведінкою держави.**

Інтерактивне завдання 3. «Побудуйте іміджеву стратегію»

Група отримує умовну державу або політичний інститут. Потрібно:

1. визначити бажаний міжнародний образ;
2. окреслити цільові аудиторії;
3. підібрати PR-інструменти;
4. створити короткий набір ключових меседжів;
5. назвати ризики, які можуть зруйнувати цю іміджеву стратегію.

Питання 4. Яким чином комунікаційні технології можуть поєднувати репутаційний менеджмент, переконання та маніпулятивний вплив у міжнародному середовищі?

Методичне розкриття питання

У міжнародній політичній комунікації дуже рідко існують «чисті» формати впливу. На практиці одна й та сама комунікаційна кампанія може одночасно:

- покращувати репутацію;
- переконувати у правомірності певного рішення;
- мобілізувати підтримку;
- витіснити альтернативні інтерпретації;
- використовувати емоційні й маніпулятивні техніки.

Саме тому необхідно аналізувати, як комунікаційні технології поєднують різні режими впливу.

1. Репутаційний менеджмент як легітимна основа

Репутаційний менеджмент у міжнародному середовищі загалом має легітимний характер. Держави, як і інші міжнародні актори, прагнуть:

- пояснювати себе;
- зміцнювати довіру;
- коригувати негативні уявлення;

- підсилювати позитивні асоціації;
- діяти передбачувано в очах партнерів.

У цьому вимірі комунікація спрямована на стабілізацію позитивного образу й не обов'язково передбачає маніпуляцію.

2. Переконавання як нормальний елемент міжнародної політики

Будь-яка зовнішня політика містить елемент переконання. Держава прагне:

- довести правомірність своєї позиції;
- отримати підтримку;
- зменшити міжнародний опір;
- розширити коло симпатиків;
- переконати аудиторію у своїй раціональності та відповідальності.

Переконання стає проблемним не саме по собі, а тоді, коли починає системно ігнорувати складність, приховувати важливі аспекти або навмисно деформувати реальність.

3. Маніпулятивний вплив як прихована межа

Маніпуляція виникає тоді, коли комунікаційна технологія:

- підміняє відкриту аргументацію емоційним тиском;
- навмисно обмежує альтернативні інтерпретації;
- використовує вибірковість фактів;
- створює ілюзію спонтанної підтримки;
- грає на стереотипах, страхах і когнітивних спрощеннях;
- приховує політичну мету за фасадом нейтральності.

Тобто межа між переконанням і маніпуляцією проходить не там, де є вплив, а там, де вплив починає **знецінювати автономію аудиторії**.

4. Як це поєднується в одній кампанії?

У міжнародному середовищі комунікаційна кампанія може розвиватися за такою логікою:

- спочатку створюється позитивний репутаційний образ актора;
- далі аудиторії пропонується аргументація на користь певної політичної позиції;
- паралельно приглушуються альтернативні погляди;
- емоційні тригери підсилюють бажану реакцію;
- підключаються експертні, медійні та цифрові ретранслятори;
- формується враження очевидності й безальтернативності.

Тобто репутаційний менеджмент створює довіру, переконання надає логіку, а маніпулятивні техніки зменшують опір.

5. Особлива роль цифрового середовища

У цифровому середовищі це поєднання стає ще менш помітним. Кампанія може одночасно виглядати як:

- корисна інформація;
- дружня іміджева комунікація;
- громадянська реакція;
- експертна оцінка;
- гумористичний контент.

Насправді ж усі ці елементи можуть бути частинами єдиної технології впливу.

6. Дослідницька проблема: як розпізнати межу?

Для аспіранта важливо навчитися ставити не лише питання про форму комунікації, а про її етичний і політичний режим:

- чи є комунікація відкритою щодо своїх інтересів;
- чи визнає вона складність ситуації;
- чи допускає множинність поглядів;
- чи використовує асиметричну інформацію;
- чи спрямована на поінформоване переконання, чи на приховане керування сприйняттям.

Узагальнення до питання

Комунікаційні технології в міжнародному середовищі часто поєднують репутаційний менеджмент, переконання і маніпулятивний вплив в єдиній системі. Репутація створює базу довіри, переконання формує раціональне або ціннісне обґрунтування, а маніпулятивні механізми можуть непомітно підсилювати бажану реакцію. Саме тому дослідження міжнародної політичної комунікації потребує особливої уваги до межі між легітимною репрезентацією інтересу і технологічно організованим впливом на сприйняття.

Коментар для аспірантів

На рівні серйозного аналізу важливо не моралізувати, а виявляти **механізм переходу від комунікації до маніпуляції**. Це значно продуктивніше, ніж просто називати будь-яку інтенсивну політичну комунікацію пропагандою.

Інтерактивне завдання 4. «Де проходить межа?»

Аспірантам пропонується опис міжнародної комунікаційної кампанії. Потрібно:

1. виділити її репутаційний компонент;
2. знайти елементи переконання;
3. виявити можливі маніпулятивні техніки;
4. визначити, де саме кампанія переходить межу від легітимного впливу до сумнівного.

Після цього кожна група формулює власний критерій розмежування.

Дискусійний блок для семінару

Питання для поглибленої наукової дискусії

1. Чи можна вважати PR у міжнародних відносинах нейтральною технологією, чи він завжди містить елемент політичного впливу?
2. Де проходить межа між публічною дипломатією та іміджевим PR держави?
3. Чи можлива ефективна міжнародна PR-кампанія без реальної відповідності між образом і політикою?
4. Наскільки стратегічні комунікації можуть інтегрувати PR без перетворення його на пропагандистський інструмент?
5. Чи є маніпулятивність невід'ємною частиною міжнародної політичної комунікації, чи це ознака лише окремих практик?

Практичні завдання для аспірантів

Завдання 1. Порівняльна аналітична таблиця

Складіть таблицю, у якій порівняйте PR, стратегічні комунікації, публічну дипломатію та пропаганду за такими критеріями:

- основна мета;
- ключова аудиторія;
- тип повідомлення;
- тривалість впливу;
- рівень відкритості;
- репутаційний ефект;
- ризик маніпуляції.

Завдання 2. Мініесе

Напишіть есе на тему: **«Міжнародний PR держави: легітимне репутаційне позиціонування чи прихована форма політичного впливу?»**

В есе бажано:

- окреслити межі між PR і пропагандою;
- показати роль репутації у міжнародних відносинах;
- обґрунтувати власну позицію щодо етичної сторони таких практик.

Завдання 3. Іміджево-комунікаційний аналіз

Оберіть умовний або реальний міжнародний політичний кейс та проаналізуйте:

- який образ держави або інституції комунікується;
- які PR-інструменти використовуються;
- які аудиторії є цільовими;
- як поєднуються репутаційна логіка і політичне переконання;
- чи присутні ознаки маніпулятивності.

Завдання 4. Дослідницький мікропроект

Розробіть короткий проєкт дослідження на тему:
«Репутаційний вимір зовнішньополітичної комунікації держави».

Необхідно визначити:

- об'єкт;
- предмет;
- дослідницьке питання;
- гіпотезу;
- матеріал для аналізу;
- критерії оцінювання міжнародного іміджу;
- індикатори переходу від PR до пропагандистського впливу.

Підсумок теми

Технології політичної комунікації в міжнародних відносинах охоплюють широкий спектр практик, серед яких PR-технології посідають важливе місце як засіб формування позитивного сприйняття, підтримання репутації та легітимації зовнішньополітичних дій. Водночас PR не існує ізольовано: він перетинається зі стратегічними комунікаціями, публічною дипломатією та пропагандою, утворюючи складне поле символічного впливу. PR-інструменти допомагають формувати міжнародний імідж держави, її інституцій і політичних рішень, але їхня ефективність залежить від узгодженості між образом і реальною політикою. У міжнародному середовищі комунікаційні технології часто поєднують репутаційний менеджмент, переконання і маніпулятивні механізми, тому їх дослідження потребує особливої уваги до межі між легітимною репрезентацією інтересів і прихованим впливом на сприйняття.

Тема 7. Публічна дипломатія та парадипломатія у цифровому вимірі як інструменти комунікаційного впливу і зміцнення політичних інститутів

План семінарського заняття

1. Публічна дипломатія та парадипломатія як інструменти зміцнення політичних інститутів у цифровому середовищі.
2. Вплив цифрових технологій на механізми реалізації публічної дипломатії та міжнародної субнаціональної комунікації.
3. Публічна дипломатія між переконанням і пропагандою: межі, перетини, суперечності.
4. Регіональні, локальні та недержавні актори в цифровій міжнародній комунікації: просування наративів і нова архітектура впливу.

Мета семінарського заняття

Сформувані в аспірантів комплексне розуміння публічної дипломатії та парадипломатії як важливих інструментів комунікаційного впливу в сучасних міжнародних відносинах; показати, як цифрові технології трансформують способи міжнародної репрезентації державних, регіональних і недержавних акторів; розкрити їхню роль у зміцненні політичних інститутів, формуванні довіри, поширенні наративів та протидії пропагандистському впливу.

Навчальні результати

Після опрацювання теми аспірант повинен:

- розуміти сутність публічної дипломатії та парадипломатії у сучасному міжнародному середовищі;
- пояснювати, як цифрове середовище змінює механізми міжнародної комунікації державних і субнаціональних акторів;
- аналізувати зв'язок між публічною дипломатією, репутацією, інституційною легітимністю та політичною стійкістю;
- розрізняти публічну дипломатію, пропаганду та гібридні форми впливу;
- оцінювати роль регіональних, локальних і недержавних акторів у просуванні міжнародних наративів;
- застосовувати категорії **цифрова публічна дипломатія, парадипломатія, субнаціональна міжнародна комунікація, наративне позиціонування, цифрова видимість, інституційна довіра** до аналізу міжнародних кейсів.

Методичний акцент для аспірантів

Ця тема є особливо важливою для аспірантського рівня, оскільки дозволяє побачити, що міжнародна комунікація давно перестала бути монополією центральної державної дипломатії. У сучасному цифровому середовищі міжнародна присутність формується також через:

- регіони;
- міста;
- муніципалітети;
- культурні інституції;
- освітні структури;
- громадські організації;
- мережеві спільноти;
- професійні та експертні платформи.

Саме тому публічна дипломатія й парадипломатія сьогодні мають розглядатися не як другорядні допоміжні сфери, а як важливі інструменти **символічного представлення, міжнародного позиціонування, формування довіри та зміцнення інституційної стійкості**. Для аспіранта важливо поставити глибше питання: не лише **хто говорить від імені держави**, а й **хто формує міжнародне сприйняття політичної спільноти в цілому**.

Ключові поняття теми

Публічна дипломатія, цифрова публічна дипломатія, парадипломатія, субнаціональна дипломатія, міжнародна комунікація, політичні інститути, цифрове середовище, комунікаційний вплив, міжнародний наратив, репутаційна стійкість, інституційна довіра, цифрова репрезентація, мережеві актори, локальна міжнародна суб'єктність, пропаганда, контрнатив.

Питання 1. Яку роль відіграють публічна дипломатія та парадипломатія у зміцненні політичних інститутів у сучасному цифровому середовищі?

Методичне розкриття питання

У сучасному міжнародному середовищі політичні інститути зміцнюються не лише через правові механізми, адміністративну спроможність чи безпекову ефективність, а й через **комунікативну спроможність бути видимими, зрозумілими, довіреними та підтримуваними**. Саме в цьому контексті публічна дипломатія та парадипломатія відіграють дедалі важливішу роль.

1. Публічна дипломатія як ресурс інституційної довіри

Публічна дипломатія дозволяє державі вибудовувати комунікацію не лише з урядами, а й з іноземними суспільствами, професійними спільнотами, освітніми мережами, культурними середовищами, медіа та міжнародною громадськістю. У такому вимірі вона працює на:

- підвищення міжнародної довіри;

- формування позитивного сприйняття політичних інститутів;
- пояснення політичної позиції держави;
- зміцнення репутації;
- створення образу передбачуваного і відповідального актора.

Це особливо важливо в умовах криз, конфліктів або інформаційних атак, коли легітимність інститутів потребує не лише внутрішнього, а й зовнішнього підтвердження.

2. Парадипломатія як розширення інституційної суб'єктності

Парадипломатія пов'язана з міжнародною діяльністю субнаціональних акторів – регіонів, міст, територіальних громад, автономій, місцевих інституцій. У цифровому середовищі вона стає значно помітнішою, оскільки субнаціональні актори отримують можливість:

- напряду комунікувати із зовнішніми аудиторіями;
- будувати партнерські мережі;
- просувати локальні інтереси;
- формувати власну міжнародну видимість;
- долучатися до вирішення глобальних проблем через локальний рівень.

У результаті політична інституційність держави зміцнюється не лише згори, а й через мережеву активність її регіональних і місцевих структур.

3. Комунікаційне зміцнення інститутів через множинність голосів

У цифрову епоху стійкість політичних інститутів багато в чому залежить від того, наскільки вони присутні у міжнародному просторі не в одному централізованому голосі, а в багаторівневій комунікативній системі.

Коли міжнародну присутність держави підтримують:

- центральні інститути;
- регіони;
- міста;
- університети;
- культурні центри;
- локальні лідери;
- експертні та громадські мережі,

тоді інституційна присутність виглядає більш живою, більш багатовимірною і менш вразливою до дискредитації.

4. Зовнішня довіра як ресурс внутрішнього зміцнення

Важливо розуміти, що публічна дипломатія й парадипломатія зміцнюють політичні інститути не лише через зовнішнє позиціонування, а й через зворотний ефект. Коли політичний інститут:

- отримує міжнародне визнання;
- формує репутацію надійного партнера;
- набуває підтримки міжнародних мереж;
- демонструє ефективну цифрову присутність,

це підсилює і його внутрішню легітимність.

Отже, сучасне зміцнення інститутів дедалі більше має **подвійний вимір** – внутрішній і міжнародний.

5. Цифрове середовище і нова логіка легітимності

У цифровому середовищі політичний інститут оцінюється не лише за формальним статусом, а й за:

- відкритістю;
- швидкістю реакції;
- здатністю до діалогу;
- якістю репрезентації;
- стійкістю до дезінформації;
- умінням пояснити себе міжнародній аудиторії.

Публічна дипломатія та парадипломатія стають важливими тому, що дозволяють інститутам діяти не лише адміністративно, а **комунікативно переконливо**.

Узагальнення до питання

Публічна дипломатія та парадипломатія відіграють важливу роль у зміцненні політичних інститутів, оскільки формують зовнішню довіру, розширюють міжнародну видимість, підсилюють репутаційну стійкість і демонструють багаторівневу суб'єктність політичної спільноти. У цифровому середовищі це особливо важливо, адже легітимність інститутів дедалі більше залежить від їхньої здатності бути присутніми, зрозумілими та підтримуваними в міжнародному комунікаційному просторі.

Коментар для аспірантів

Для наукового аналізу продуктивно розглядати зміцнення політичних інститутів не лише як результат правового чи адміністративного розвитку, а і як результат **успішної міжнародної комунікативної репрезентації**.

Інтерактивне завдання 1. «Інституція і її зовнішній голос»

Запропонуйте аспірантам обрати один політичний інститут і визначити:

1. як він представлений на міжнародному рівні;
2. які інструменти публічної дипломатії або парадипломатії підтримують його образ;
3. які актори підсилюють його видимість;
4. як зовнішня репутація цього інституту може впливати на його внутрішню легітимність.

Питання 2. Як цифрові технології змінюють механізми реалізації публічної дипломатії та міжнародної субнаціональної комунікації?

Методичне розкриття питання

Цифрові технології суттєво змінили не лише швидкість, а й саму архітектуру публічної дипломатії та парадипломатії. Якщо раніше міжнародна комунікація значною мірою залежала від офіційних каналів, міждержавних контактів і традиційних медіа, то сьогодні вона функціонує в умовах платформізації, мережевої інтерактивності, візуалізації та постійної публічної доступності.

1. Від інституційної закритості до мережевої присутності

Традиційна дипломатична комунікація була переважно закритою, ритуалізованою й елітарною. Цифрові технології зробили міжнародну комунікацію:

- більш відкритою;
- більш публічною;
- менш посередницькою;
- більш швидкою;
- орієнтованою не лише на уряди, а й на суспільства.

Тепер державні та субнаціональні актори можуть говорити напряду з міжнародною аудиторією без повного контролю з боку традиційних дипломатичних і медійних структур.

2. Персоналізація дипломатичної присутності

Цифрове середовище зробило міжнародну комунікацію більш персоналізованою. Не лише інституції, а й:

- дипломати;
- мери;
- керівники регіонів;
- представники культурних і освітніх структур;
- локальні лідери стають публічними комунікаторами.

Це створює ефект наближення, підвищує довіру, але водночас робить комунікацію більш залежною від індивідуального стилю, публічної поведінки та репутаційної дисципліни конкретних осіб.

3. Платформізація міжнародної комунікації

Цифрові технології змінюють не тільки канали, а й сам формат повідомлення. Публічна дипломатія та парадипломатія тепер повинні враховувати:

- алгоритмічну логіку платформ;
- короткі формати;
- візуальну динаміку;
- багатомовність;
- меметичний та відеоформат;
- інтерактивність і можливість негайної реакції аудиторії.

Тобто дипломатичне повідомлення дедалі частіше функціонує не як офіційний текст, а як **мережевий контент**, який має витримати конкуренцію за увагу.

4. Розширення можливостей для субнаціональних акторів

Для парадипломатії цифрові технології мають особливе значення. Вони дозволяють регіонам, містам, громадам і локальним інституціям:

- обходити надмірну залежність від центральних зовнішньополітичних каналів;
- будувати власні міжнародні профілі;
- налагоджувати горизонтальні партнерства;
- долучатися до глобальних мереж;
- комунікувати свою ідентичність, компетентність, інноваційність або солідарність.

У такий спосіб цифровізація підсилює субнаціональну міжнародну суб'єктність.

5. Оперативність і криза часу

Цифрові технології водночас розширюють і ускладнюють комунікацію. Якщо раніше можна було довше готувати зовнішню позицію, то тепер міжнародна аудиторія очікує:

- швидкої реакції;
- чіткої позиції;
- постійної присутності;
- пояснення в реальному часі.

Тому реалізація публічної дипломатії та субнаціональної міжнародної комунікації дедалі більше залежить від здатності працювати в режимі **інформаційної негайності**.

6. Цифрова аналітика і таргетованість

Ще одна важлива зміна полягає в тому, що цифрові технології дають змогу точніше розуміти аудиторії. Це дозволяє:

- сегментувати комунікацію;
- адаптувати повідомлення;
- точніше обирати формати;
- оцінювати реакцію;
- коригувати наратив у реальному часі.

Отже, публічна дипломатія стає не лише більш відкритою, а й більш аналітично керованою.

Узагальнення до питання

Цифрові технології змінюють механізми реалізації публічної дипломатії та міжнародної субнаціональної комунікації, переводячи їх із відносно закритої інституційної моделі в публічну, мережеву, персоналізовану й платформено орієнтовану систему. Вони розширюють можливості для державних і субнаціональних акторів, але водночас роблять їх більш залежними від швидкості, цифрової грамотності, візуальної адаптації та репутаційної стійкості.

Коментар для аспірантів

У дослідженні цифрової дипломатії важливо аналізувати не лише факт присутності інституції в цифровому середовищі, а **якість цієї присутності**, її адаптацію до платформи, цільову аудиторію та інституційний ефект.

Інтерактивне завдання 2. «Цифрова дипломатія міста чи регіону»

Групам пропонується змоделювати цифрову міжнародну стратегію для:

- міста;
- регіону;
- освітньої інституції;
- культурної платформи.

Необхідно визначити:

1. зовнішні аудиторії;
2. ключові цифрові канали;
3. головний наратив;
4. формат контенту;
5. показники успіху такої комунікації.

Питання 3. У який спосіб інструменти публічної дипломатії можуть виступати альтернативою пропаганді або, навпаки, поєднуватися з нею?

Методичне розкриття питання

Це одне з найбільш складних і водночас концептуально важливих питань теми. Публічна дипломатія часто розглядається як більш м'яка, відкрита, легітимна форма міжнародного впливу, що ґрунтується на довірі, цінностях, діалозі та культурній присутності. Проте в реальній міжнародній практиці межа між публічною дипломатією і пропагандою не завжди є чіткою.

1. Публічна дипломатія як альтернатива пропаганді

Публічна дипломатія може виступати альтернативою пропаганді тоді, коли вона:

- не приховує власного суб'єкта;
- відкрито репрезентує інтереси;
- орієнтується на довгострокове формування довіри;
- визнає складність міжнародних процесів;
- не знецінює автономію аудиторії;
- прагне не лише переконання, а й взаєморозуміння.

У такому випадку її сила полягає не у маніпуляції, а у легітимності та послідовності.

2. Публічна дипломатія як інструмент м'якого впливу

Навіть у своїй легітимній формі публічна дипломатія не є нейтральною. Вона все одно:

- формує образ держави;
- просуває цінності;
- впливає на міжнародне сприйняття;
- будує прихильність;
- підвищує готовність аудиторії приймати певну позицію.

Тобто вона є інструментом впливу, але не обов'язково маніпулятивного. Її відмінність від пропаганди полягає не у відсутності наміру впливати, а у способі цього впливу.

3. Зона перетину з пропагандою

Публічна дипломатія може поєднуватися з пропагандистськими практиками тоді, коли:

- односторонньо нав'язує інтерпретацію;
- підміняє діалог монологом;
- приховує незручні факти;
- використовує емоційне спрощення;
- маніпулює образами;
- формує лише бажану картину реальності без простору для критичного осмислення.

У таких випадках зовні «м'яка» дипломатична комунікація може функціонувати як пропагандистська технологія.

4. Чому межа стає особливо розмитою в цифровому середовищі

У цифровому вимірі ця межа стирається ще більше, оскільки:

- офіційні дипломатичні меседжі адаптуються до платформених форматів;

- зростає роль візуалізації та емоційного контенту;
- підвищується спокуса спростити складне;
- наративна конкуренція вимагає швидкості;
- довіра здобувається не лише через аргумент, а й через стиль подачі;
- дипломатичний контент може поширюватися неофіційними ретрансляторами.

Таким чином, публічна дипломатія може або зберігати етичну відкритість, або дрейфувати в бік м'яко упакованої пропаганди.

5. Аналітичний критерій розмежування

Для аспірантського аналізу особливо важливо ставити питання:

- чи є суб'єкт комунікації відкритим;
- чи допускається альтернативний погляд;
- чи використовуються селективні спотворення;
- чи залишається простір для автономної оцінки;
- чи комунікація працює на діалог, чи на односторонню інтерпретаційну перевагу.

Отже, ключовою є не лише форма, а **режим ставлення до аудиторії**.

Узагальнення до питання

Інструменти публічної дипломатії можуть виступати альтернативою пропаганді тоді, коли спираються на відкритість, довіру, послідовність і повагу до автономії аудиторії. Водночас у певних умовах вони можуть поєднуватися з пропагандистськими практиками, якщо починають функціонувати як механізми одностороннього нав'язування вигідної картини реальності. Саме тому публічна дипломатія в цифрову епоху потребує особливо уважного етичного й аналітичного осмислення.

Коментар для аспірантів

У дослідженні доцільно уникати автоматичної ідеалізації публічної дипломатії. Значно продуктивніше аналізувати, **за яких умов вона зберігає характер відкритої репрезентації, а за яких набуває рис пропагандистського впливу**.

Інтерактивне завдання 3. «Альтернатива чи маскування?»

Аспірантам пропонуються описи трьох міжнародних комунікаційних кампаній. Завдання:

1. визначити, де присутня логіка публічної дипломатії;
2. де є ознаки пропагандистської практики;
3. де спостерігається змішана модель;
4. сформулювати критерій, який дозволяє провести межу між ними.

Питання 4. Як регіональні, локальні та недержавні актори використовують цифрові канали для просування власних наративів на міжнародній арені?

Методичне розкриття питання

Однією з ключових особливостей сучасних міжнародних відносин є розширення кола акторів, які здатні формувати міжнародне сприйняття. Цифрове середовище надало регіональним, локальним і недержавним акторам нові можливості для самостійного міжнародного позиціонування та наративного впливу.

1. Децентралізація міжнародної комунікації

Раніше доступ до міжнародної арени переважно контролювався центральними державними інститутами та великими медіа. У цифровому середовищі цей контроль послаблюється. Тепер регіони, міста, громади, університети, культурні платформи, громадські організації та професійні мережі можуть самі:

- створювати міжнародний контент;
- будувати власну символічну присутність;
- вступати в прямий контакт із зовнішніми аудиторіями;

- просувати локальні історії як частину глобального порядку денного.

2. Локальний наратив як міжнародний ресурс

Цифрові канали дозволяють локальним акторам представляти:

- власну ідентичність;
- досвід стійкості;
- інноваційність;
- культурну унікальність;
- соціальні ініціативи;
- практики врядування;
- гуманітарну діяльність;
- солідарність або постраждалість.

Локальний наратив може ставати міжнародно значущим, якщо він:

- емоційно переконливий;
- добре візуалізований;
- пов'язаний із ширшими глобальними темами;
- підхоплюється мережами партнерства.

3. Недержавні актори як продуценти міжнародного смислу

Недержавні актори використовують цифрові канали для просування наративів через:

- адвокаційні кампанії;
- культурну комунікацію;
- гуманітарні проекти;
- експертні платформи;
- освітні ініціативи;
- документування подій;
- мережевий активізм;
- онлайн-партнерства.

Їхня сила часто полягає в тому, що вони сприймаються як менш формалізовані, менш бюрократичні і, в окремих випадках, більш довірені, ніж офіційна державна комунікація.

4. Цифрові канали як середовище наративного змагання

Регіональні, локальні й недержавні актори використовують цифрові канали не лише для саморепрезентації, а й для участі у ширшій боротьбі за міжнародне тлумачення подій. Вони можуть:

- підтримувати державний наратив;
- коригувати його;
- підсилювати окремі аспекти;
- просувати альтернативні рамки;
- звертатися до аудиторій, недоступних для центральної дипломатії.

Таким чином, міжнародний наратив дедалі частіше формується як **мережевий продукт багатьох голосів**.

5. Переваги та ризики такої багатоголосості

Переваги:

- посилення видимості;
- автентичність локального досвіду;
- розширення міжнародної присутності;
- більша гнучкість комунікації;
- підсилення інституційної стійкості через багаторівневу репрезентацію.

Ризики:

- фрагментація меседжу;
- суперечності між локальним і державним наративом;
- репутаційна неузгодженість;
- можливість використання цифрових каналів для зовнішніх маніпуляцій;
- перетворення локального голосу на інструмент інформаційної боротьби.

6. Нова проблема для дослідника

Для аспіранта принципово важливо бачити, що міжнародні наративи сьогодні не завжди мають єдиного автора. Часто вони виникають у точці перетину:

- державного інтересу;
- локального досвіду;
- громадянської активності;
- міжнародної солідарності;
- цифрового платформеного поширення.

Отже, дослідження міжнародної комунікації потребує переходу від моделі «центр – периферія» до моделі **мережевої співпродукції наративу**.

Узагальнення до питання

Регіональні, локальні та недержавні актори активно використовують цифрові канали для просування власних наративів на міжнародній арені, формуючи нову багаторівневу архітектуру міжнародного впливу. Вони здатні не лише доповнювати державну комунікацію, а й самостійно задавати теми, мобілізувати міжнародну підтримку, створювати символічну видимість і впливати на сприйняття політичних процесів. У цьому полягає одна з ключових рис сучасної цифрової міжнародної комунікації.

Коментар для аспірантів

У серйозному дослідженні важливо аналізувати не тільки зміст локального чи недержавного наративу, а й його **вбудованість у ширшу мережу міжнародного поширення, легітимації та політичного ефекту**.

Інтерактивне завдання 4. «Локальний актор на міжнародній арені»

Оберіть один тип актора:

- місто;
- регіон;
- університет;
- культурний центр;
- громадську організацію.

Потрібно:

1. визначити, який міжнародний наратив він може просувати;
2. підібрати цифрові канали;
3. окреслити цільові аудиторії;
4. продумати зв'язок між локальною ідентичністю та міжнародним позиціонуванням;
5. визначити ризики комунікативної неузгодженості.

Дискусійний блок для семінару

Питання для поглибленої наукової дискусії

1. Чи послаблює парадипломатія монополію держави на зовнішнє представництво, чи, навпаки, підсилює її міжнародну суб'єктність?
2. Чи можна вважати цифрову публічну дипломатію інструментом демократизації міжнародної комунікації?
3. Де проходить межа між публічною дипломатією і пропагандою в умовах платформізації та емоціоналізації міжнародного контенту?
4. Наскільки локальні й недержавні актори можуть бути самостійними творцями міжнародних наративів, а не лише ретрансляторами державної позиції?
5. Чи є багатоголосість міжнародної комунікації ресурсом стійкості, чи джерелом наративної фрагментації?

Практичні завдання для аспірантів

Завдання 1. Порівняльна аналітична таблиця

Складіть таблицю, у якій порівняйте публічну дипломатію і парадипломатію за такими параметрами:

- головний суб'єкт;
- основна аудиторія;
- ключові цілі;
- типові канали комунікації;
- рівень інституційності;
- зв'язок із політичною легітимністю;
- ризик перетину з пропагандистськими практиками.

Завдання 2. Мініесе

Напишіть есе на тему:
«Цифрова публічна дипломатія: альтернатива пропаганді чи її м'яка форма?»

В есе бажано:

- окреслити власний критерій розмежування;
- показати роль цифрових платформ;
- проаналізувати значення довіри, відкритості та наративної конкуренції.

Завдання 3. Аналітичний кейс

Оберіть умовний або реальний приклад міжнародної комунікації регіону, міста чи недержавного актора і проаналізуйте:

- який наратив просувається;
- які цифрові канали використовуються;
- які аудиторії є цільовими;
- чи посилює цей наратив політичні інститути;
- чи є ознаки конфлікту з офіційною державною позицією.

Завдання 4. Дослідницький мікропроект

Розробіть короткий проєкт дослідження на тему:
«Цифрові канали субнаціональної міжнародної комунікації як інструмент формування політичної легітимності».

Необхідно визначити:

- об'єкт;
- предмет;
- дослідницьке питання;
- гіпотезу;
- джерельну базу;
- критерії виявлення міжнародного наративу;
- індикатори комунікативного та інституційного ефекту.

Підсумок теми

Публічна дипломатія та парадипломатія у цифровому вимірі є важливими інструментами комунікаційного впливу і зміцнення політичних інститутів у сучасних міжнародних відносинах. Вони розширюють міжнародну присутність державних, регіональних і локальних акторів, формують довіру, підтримують репутацію та сприяють утвердженню політичної легітимності. Цифрові технології трансформують ці практики, роблячи їх більш мережевими, публічними, персоналізованими та платформено залежними. Водночас інструменти публічної дипломатії можуть як слугувати альтернативою пропаганді, так і частково поєднуватися з нею, якщо переходять від відкритого представлення інтересів до одностороннього нав'язування вигідної інтерпретації реальності. Особливого значення набуває роль регіональних, локальних і недержавних акторів, які через цифрові канали стають активними творцями міжнародних наративів і співучасниками формування багаторівневої міжнародної суб'єктності.

Тема 8. Трансформація політичних інститутів у цифрову епоху: криза довіри, онлайн-демократія та нові форми політичної участі

План семінарського заняття

1. Цифрова трансформація політичних інститутів: стабільність, адаптація, криза довіри.
2. Онлайн-демократія в умовах цифрової держави: можливості та обмеження.
3. Цифрові механізми участі громадян і їх вплив на політичну позицію, міжнародний порядок денний та інформаційну поведінку.
4. Криза довіри до політичних інститутів як чинник вразливості до пропаганди, дезінформації та маніпулятивних технологій.

Мета семінарського заняття

Сформувані в аспірантів цілісне уявлення про трансформацію політичних інститутів у цифрову епоху; показати, як цифровізація змінює механізми довіри, участі, легітимності та взаємодії між державою і суспільством; розкрити потенціал і суперечності онлайн-демократії; проаналізувати зв'язок між кризою довіри до інститутів і підвищенням вразливості суспільства до пропаганди та дезінформації.

Навчальні результати

Після опрацювання теми аспірант повинен:

- розуміти, як цифрова епоха змінює природу політичних інститутів і механізми їх легітимності;
- пояснювати зв'язок між цифровізацією, стабільністю інститутів і суспільною довірою;
- розкривати основні можливості та ризики онлайн-демократії;
- аналізувати вплив цифрових форм участі громадян на політичну позицію та міжнародні комунікаційні процеси;
- виявляти, як криза довіри підсилює сприйнятливість до пропаганди, дезінформації та маніпулятивного впливу;
- застосовувати поняття **цифрова держава, онлайн-демократія, цифрова участь, інституційна довіра, інформаційна вразливість, цифрова легітимність, наративна поляризація** до аналізу сучасних політичних процесів.

Методичний акцент для аспірантів

Ця тема є підсумковою для всього курсу, оскільки поєднує одразу кілька вимірів: цифрову трансформацію інститутів, зміну політичної участі, кризу довіри, комунікаційні ризики та поширення пропагандистських практик. Для аспіранта важливо побачити, що цифровізація не просто додає нові інструменти до старої політики. Вона змінює:

- саму логіку політичного представництва;
- ритм взаємодії між владою і громадянином;
- форми легітимації інститутів;
- умови публічного обговорення;
- структуру довіри;
- уразливість суспільства до маніпулятивного впливу.

Цифрова епоха не лише відкриває нові можливості участі, а й робить політичний простір більш нервовим, швидким, фрагментованим та емоційно перевантаженим. Саме тому криза довіри до політичних інститутів має розглядатися не як побічний ефект, а як один із центральних викликів сучасної демократії та міжнародної інформаційної безпеки.

Ключові поняття теми

Цифрова держава, цифровізація політики, політичні інститути, інституційна довіра, криза довіри, онлайн-демократія, електронна участь, цифрове громадянство, мережеве суспільство, політична легітимність, інформаційна поведінка, дезінформація, пропаганда, маніпуляція,

платформізація участі, цифрова публічна сфера, інформаційна вразливість, наративна поляризація

Питання 1. Як цифрова епоха впливає на трансформацію політичних інститутів, їхню стабільність і суспільну довіру?

Методичне розкриття питання

Цифрова епоха змінює не лише інструментарій функціонування політичних інститутів, а й саму логіку їх існування в суспільстві. Якщо раніше інституційна стабільність значною мірою ґрунтувалася на процедурності, формальній ієрархії, організаційній інерції та відносно контрольованому інформаційному середовищі, то сьогодні політичні інститути діють в умовах постійної публічної видимості, прискореного обміну інформацією та зростаючого тиску цифрової аудиторії.

1. Зміна природи інституційної присутності

У цифровому середовищі політичний інститут більше не може залишатися лише формальним механізмом прийняття рішень. Він має бути:

- публічно присутнім;
- комунікативно активним;
- реактивним;
- здатним до пояснення власних дій;
- відкритим до цифрової взаємодії.

Це означає, що інституційна ефективність усе більше залежить не лише від юридичної компетенції чи адміністративної процедури, а й від якості комунікації.

2. Стабільність інститутів у середовищі постійного тиску

Цифрова епоха створює для інститутів новий тип нестабільності. Йдеться не обов'язково про руйнування формальних структур, а про:

- зростання репутаційної крихкості;
- посилення очікування миттєвої реакції;
- зниження терпимості до помилок;
- постійний моніторинг з боку суспільства;
- посилення інформаційних хвиль і скандалізації.

Інститут може залишатися юридично стійким, але бути комунікативно дестабілізованим. У цьому полягає одна з принципових особливостей цифрової політики.

3. Зміна джерел довіри

Раніше інституційна довіра значною мірою спиралася на:

- статус;
- символічний авторитет;
- процедурну легітимність;
- дистанцію між інститутом і громадянином.

У цифрову епоху цього вже недостатньо. Довіра дедалі більше залежить від:

- прозорості;
- швидкості реакції;
- послідовності комунікації;
- доступності інформації;
- цифрової відкритості;
- здатності протистояти дезінформації;
- ефективності в кризових умовах.

Таким чином, інституційна довіра стає не лише політико-правовою, а й комунікативною та цифрово опосередкованою.

4. Подвійний ефект цифровізації

Цифрова епоха має амбівалентний вплив на політичні інститути.

Позитивний вимір:

- спрощення доступу до інформації;
- підвищення прозорості;

- посилення зворотного зв'язку;
- модернізація сервісної функції держави;
- зростання участі громадян.

Негативний вимір:

- фрагментація публічної сфери;
- інформаційне перевантаження;
- падіння довіри до офіційних джерел;
- поширення скепсису та конспірологічного мислення;
- посилення емоційної поляризації.

Отже, цифровізація не автоматично зміцнює інститути. Вона водночас і модернізує, і піддає їх новим формам тиску.

5. Інституційна адаптація як умова стабільності

Стабільність політичних інститутів у цифрову епоху залежить від їхньої здатності адаптуватися:

- технологічно;
- організаційно;
- комунікативно;
- етично;
- стратегічно.

Ті інститути, які не встигають за зміною ритму цифрової політики, ризикують втратити не лише ефективність, а й суспільну довіру.

Узагальнення до питання

Цифрова епоха трансформує політичні інститути, змінюючи способи їхньої присутності, функціонування, легітимації та взаємодії із суспільством. Їхня стабільність дедалі більше залежить не лише від формальної структури, а й від комунікативної спроможності, прозорості, швидкості та цифрової довіри. Саме тому цифровізація є одночасно ресурсом модернізації і джерелом нової інституційної крихкості.

Коментар для аспірантів

На рівні наукового аналізу важливо досліджувати не просто «вплив технологій на політику», а **перебудову режимів інституційної легітимності**, у яких статус інституту дедалі більше залежить від його цифрової поведінки.

Інтерактивне завдання 1. «Інститут у двох епохах»

Аспірантам пропонується обрати один політичний інститут і порівняти його функціонування:

1. у доцифровій моделі;
2. у цифровій моделі.

Необхідно визначити:

- джерела довіри;
- характер зворотного зв'язку;
- рівень публічної видимості;
- типи ризиків;
- чинники стабільності.

Питання 2. У чому полягають основні виклики й можливості онлайн-демократії в умовах цифрової держави?

Методичне розкриття питання

Онлайн-демократія є одним із найсуперечливіших явищ сучасної політики. Вона обіцяє розширення участі, прискорення комунікації між владою і громадянами, нові механізми консультацій та більш інклюзивне формування політичної волі. Проте поряд із цим вона породжує серйозні питання про якість участі, нерівність доступу, вразливість до маніпуляцій і трансформацію самої демократичної процедури.

1. Що таке онлайн-демократія?

Онлайн-демократію доцільно розуміти як сукупність цифрових механізмів, через які громадяни можуть:

- отримувати політичну інформацію;
- взаємодіяти з інститутами;
- висловлювати позицію;
- долучатися до консультацій;
- ініціювати петиції;
- брати участь в обговореннях;
- мобілізуватися навколо публічних питань;
- впливати на порядок денний.

Це ширше, ніж просто електронне голосування. Йдеться про цифрову трансформацію самої політичної участі.

2. Основні можливості онлайн-демократії

Розширення доступу до участі

Онлайн-формати знижують просторові та часові бар'єри. Громадяни можуть включатися в політичні процеси швидше й зручніше.

Підвищення оперативності зворотного зв'язку

Інститути отримують можливість швидше фіксувати реакцію суспільства, а громадяни – оперативніше впливати на політичне обговорення.

Посилення інклюзивності

За належних умов цифрові інструменти можуть залучати до політики ті групи, які раніше були менш включеними в офіційні процедури.

Прозорість і доступність інформації

Цифрова держава здатна зробити політичні процедури більш зрозумілими, відкритими та простежуваними.

Мережеве громадянство

Онлайн-демократія підсилює горизонтальні зв'язки між громадянами, сприяє самоорганізації, цифровій солідарності та новим формам публічної мобілізації.

3. Основні виклики онлайн-демократії

Поверховість участі

Не вся онлайн-активність є змістовною демократичною участю. Часто вона зводиться до швидких реакцій, символічної підтримки або емоційного відгуку без глибокого осмислення.

Нерівність цифрового доступу

Не всі громадяни мають однакові:

- цифрові навички;
- технічні можливості;
- інформаційну компетентність;
- рівень включеності в цифрові платформи.

Вразливість до маніпуляцій

Онлайн-демократія функціонує в середовищі, де активні:

- боти;
- інформаційні кампанії;
- фейкові мобілізації;
- маніпулятивні наративи;
- алгоритмічне підсилення поляризації.

Платформена залежність

Частина демократичної взаємодії відбувається через приватні цифрові платформи, логіка яких не завжди підпорядкована демократичним цінностям.

Криза якості публічного обговорення

Цифрове середовище часто заохочує не аргумент, а швидку реакцію, не deliberation, а конфлікт, не складне обговорення, а спрощення.

4. Цифрова держава і проблема балансу

Умови цифрової держави вимагають балансу між:

- відкритістю і безпекою;
- участю і перевіркою;
- швидкістю і якістю;
- технологічною ефективністю і демократичною легітимністю.

Якщо цей баланс порушується, онлайн-демократія може перетворитися не на розширення демократії, а на її симуляцію.

Узагальнення до питання

Онлайн-демократія в умовах цифрової держави відкриває нові можливості для участі, прозорості та швидкого зворотного зв'язку, але водночас породжує серйозні виклики, пов'язані з поверховістю участі, нерівністю доступу, маніпуляціями, платформеною залежністю та зниженням якості публічної дискусії. Саме тому цифрова демократія потребує не лише технологій, а й інституційної культури, етичних запобіжників та розвиненої цифрової громадянськості.

Коментар для аспірантів

Для наукового дослідження важливо уникати технооптимізму. Онлайн-демократію слід оцінювати не за наявністю цифрового інструменту, а за тим, **чи посилює він реальну участь, довіру і якість демократичного процесу.**

Інтерактивне завдання 2. «Онлайн-демократія: ресурс чи ілюзія?»

Група отримує перелік цифрових механізмів:

- електронні петиції;
- онлайн-консультації;
- цифрові громадські обговорення;
- електронне голосування;
- урядові платформи зворотного зв'язку.

Потрібно визначити:

1. який демократичний потенціал має кожен механізм;
2. які ризики супроводжують його використання;
3. які умови потрібні, щоб цей інструмент не став лише формальною імітацією участі.

Питання 3. Як цифрові механізми участі громадян впливають на формування політичної позиції, міжнародного порядку денного та інформаційної поведінки?

Методичне розкриття питання

Цифрові механізми участі змінюють не лише форму політичної активності громадян, а й структуру їхнього політичного мислення, способи орієнтації в міжнародних питаннях та моделі інформаційної поведінки. У цифрову епоху участь дедалі більше пов'язана з інформаційним споживанням, публічним самовираженням, наративною лояльністю та мережевою реакцією.

1. Формування політичної позиції в цифровому середовищі

Політична позиція громадянина дедалі рідше формується виключно через традиційні інститути політичної соціалізації. Значну роль тепер відіграють:

- соціальні мережі;
- цифрові спільноти;
- інфлюенсери;
- онлайн-медіа;
- комунікативні платформи;
- алгоритмічні стрічки новин.

Це означає, що політична позиція формується в більш фрагментованому, емоційно насиченому і конкурентному середовищі.

2. Участь як механізм самопідсилення позиції

Цифрова участь часто не лише виражає вже наявну позицію, а й підсилює її. Коли громадянин:

- поширює контент;
- підписує петицію;
- бере участь в онлайн-кампанії;
- долучається до мережевої дискусії,

він не просто діє, а додатково закріплює власну політичну ідентичність.

Таким чином, цифрова участь є одночасно і формою активності, і механізмом політичного самоконструювання.

3. Вплив на міжнародний порядок денний

Цифрові механізми участі здатні виводити окремі теми з локального рівня на міжнародний. Це відбувається тоді, коли:

- локальна проблема стає вірусною;
- громадянська кампанія отримує міжнародну підтримку;
- візуальний контент набуває глобального поширення;
- мережеві спільноти підключають медіа, експертів, міжнародні організації.

У результаті громадяни можуть впливати не лише на внутрішній політичний порядок денний, а й на міжнародне сприйняття певної проблеми.

4. Зміна інформаційної поведінки

Цифрові механізми участі змінюють те, як люди:

- шукають інформацію;
- перевіряють джерела;
- довіряють повідомленням;
- обирають канали;
- реагують на новини;
- включаються у поширення контенту.

Інформаційна поведінка стає більш інтерактивною, але не обов'язково більш критичною. Людина часто переходить від ролі споживача до ролі ретранслятора, а це підсилює відповідальність за поширення смислів і одночасно збільшує ризик мимовільної участі в інформаційних кампаніях.

5. Ризик поляризації й емоційного захоплення

Цифрові механізми участі можуть посилювати:

- афективну поляризацію;
- групову замкненість;
- інформаційні бульбашки;
- наративне спрощення;
- емоційну мобілізацію без глибокого аналізу.

У таких умовах політична позиція формується не лише через аргументи, а через відчуття приналежності до певного інформаційного табору.

Узагальнення до питання

Цифрові механізми участі громадян істотно впливають на формування політичної позиції, міжнародного порядку денного та інформаційної поведінки. Вони розширюють можливості включення у політичні процеси, але водночас змінюють саму природу участі, роблячи її більш мережевою, емоційною, символічною та залежною від логіки цифрових платформ.

Коментар для аспірантів

У дослідженні цифрової участі важливо аналізувати не лише факт участі, а її **якість, інтенсивність, наративне середовище і політичний ефект** – внутрішній та міжнародний.

Інтерактивне завдання 3. «Від поста до порядку денного»

Аспірантам пропонується змодельовати шлях цифрової громадянської ініціативи:

1. поява локального повідомлення;
2. його поширення в мережі;
3. залучення спільнот;
4. публічна реакція медіа;
5. вихід теми на національний або міжнародний рівень.

Потрібно пояснити:

- які умови роблять таку трансформацію можливою;
- які ризики спотворення з'являються на кожному етапі;
- як змінюється інформаційна поведінка учасників.

Питання 4. Яким чином криза довіри до політичних інститутів посилює вразливість суспільства до пропаганди, дезінформації та маніпулятивних технологій?

Методичне розкриття питання

Криза довіри до політичних інститутів є одним із ключових чинників, що відкривають простір для пропаганди та дезінформації. Коли суспільство перестає сприймати інститути як легітимні, компетентні, чесні або здатні діяти в загальному інтересі, виникає структурна порожнеча, яку швидко заповнюють альтернативні, часто маніпулятивні джерела інтерпретації реальності.

1. Недовіра як послаблення інституційного фільтра

За умов високої довіри інститути виконують функцію фільтра:

- пояснюють складні події;
- забезпечують базові орієнтири;
- стабілізують публічне сприйняття;
- стримують паніку й хаос інтерпретацій.

Коли довіра знижується, цей фільтр послаблюється. Суспільство починає шукати альтернативні джерела, серед яких можуть домінувати:

- неофіційні канали;
- емоційні коментатори;
- анонімні платформи;
- конспірологічні наративи;
- зовнішні інформаційні актори.

2. Криза довіри як ґрунт для пропаганди

Пропаганда особливо ефективна там, де вже існує:

- сумнів у легітимності влади;
- фрустрація;
- відчуття зради;
- недовіра до офіційних джерел;
- розчарування в демократичних процедурах;
- запит на прості пояснення складної реальності.

У таких умовах пропагандистське повідомлення не обов'язково має виглядати бездоганно правдивим. Достатньо, щоб воно:

- збігалось з емоційним станом аудиторії;
- підсилювало підозру;
- руйнувало довіру до альтернативних джерел;
- створювало переконливу картину «прихованої правди».

3. Дезінформація як технологія поглиблення недовіри

Дезінформація часто працює не для того, щоб усіх переконати в одній версії подій, а для того, щоб:

- посіяти сумнів;
- розмити критерії правди;
- створити враження, що «правди немає»;

- зробити офіційну позицію однією з багатьох;
- підсилити цинізм і апатію.

У цьому сенсі криза довіри є не лише передумовою дезінформації, а й її результатом. Вони взаємно підживлюють одна одну.

4. Маніпулятивні технології й афективна вразливість

Недовіра до інститутів посилює емоційну сприйнятливість. Людина, яка не довіряє офіційному інституту, частіше орієнтується на:

- емоційно близьке;
- групово підтверджене;
- швидко зрозуміле;
- наративно просте;
- морально поляризоване.

Саме тому маніпулятивні технології так ефективно працюють через:

- страх;
- гнів;
- образу;
- відчуття загрози;
- емоцію викриття.

5. Суспільна вразливість як міжнародна проблема

Криза довіри до інститутів має не лише внутрішньополітичний, а й міжнародний вимір. Суспільство, яке не довіряє власним інститутам, стає більш уразливим до:

- зовнішніх інформаційних кампаній;
- ворожих наративів;
- втручання у внутрішній порядок денний;
- міжнародної репутаційної дестабілізації;
- послаблення зовнішньополітичної стійкості держави.

Отже, інституційна довіра є не лише демократичною цінністю, а й елементом інформаційної безпеки.

6. Відновлення довіри як стратегія стійкості

Протидія пропаганді та дезінформації не може зводитися лише до спростувань. Не менш важливо:

- підвищувати якість інституційної комунікації;
- забезпечувати послідовність дій і слів;
- розвивати цифрову грамотність;
- підсилювати прозорість;
- зменшувати розрив між політикою і суспільними очікуваннями;
- будувати довіру як довгостроковий політичний ресурс.

Узагальнення до питання

Криза довіри до політичних інститутів істотно посилює вразливість суспільства до пропаганди, дезінформації та маніпулятивних технологій, оскільки послаблює інституційні фільтри, стимулює пошук альтернативних джерел інтерпретації та робить аудиторію більш сприйнятливою до емоційних, спрощених і поляризованих наративів. У цьому сенсі довіра до інститутів є не лише політичним, а й безпековим ресурсом.

Коментар для аспірантів

У дослідженні пропаганди важливо розглядати довіру не як абстрактну моральну категорію, а як **структурну умову інформаційної стійкості суспільства**.

Інтерактивне завдання 4. «Недовіра як вхід для маніпуляції»

Група отримує умовний кейс суспільно-політичної кризи. Потрібно:

1. визначити, які форми недовіри до інститутів уже присутні;
2. показати, які пропагандистські або дезінформаційні наративи можуть скористатися цією ситуацією;

3. пояснити, які інституційні дії могли б зменшити вразливість;
4. сформулювати набір індикаторів раннього виявлення інформаційної дестабілізації.

Дискусійний блок для семінару

Питання для поглибленої наукової дискусії

1. Чи посилює цифровізація демократичну участь, чи радше руйнує традиційні механізми інституційної довіри?
2. Чи можна вважати онлайн-демократію повноцінною формою демократії, чи це лише її інструментальне розширення?
3. Наскільки цифрова участь громадян сприяє формуванню відповідальної політичної позиції, а наскільки – емоційній мобілізації?
4. Чи є криза довіри до інститутів наслідком цифровізації, чи цифровізація лише робить її видимішою?
5. Чому суспільства з низьким рівнем інституційної довіри стають особливо вразливими до пропаганди в міжнародному середовищі?

Практичні завдання для аспірантів

Завдання 1. Аналітичне есе

Підготуйте есе на тему: «**Цифрова епоха і політичні інститути: модернізація легітимності чи її ерозія?**»

В есе бажано:

- окреслити трансформацію джерел довіри;
- показати, як змінилася роль інститутів у цифровому середовищі;
- пояснити зв'язок між комунікацією, стабільністю та вразливістю до маніпуляцій.

Завдання 2. Порівняльна таблиця

Складіть таблицю:

Параметр	Традиційна демократія	Онлайн-демократія
Форма участі		
Характер комунікації		
Швидкість зворотного зв'язку		
Рівень інклюзивності		
Ризики маніпуляції		
Тип довіри		
Якість обговорення		
Після таблиці	сформулюйте	короткий висновок:
які зміни є справді демократизуючими, а які – лише технологічними.		

Завдання 3. Мінікейс-аналіз

Оберіть приклад цифрової громадянської участі й проаналізуйте:

- як саме реалізується участь;
- хто є головними учасниками;
- який політичний ефект досягається;
- чи має ця участь вплив на міжнародне сприйняття питання;
- чи є ризики інформаційної маніпуляції.

Завдання 4. Дослідницький мікропроект

Розробіть короткий проєкт дослідження на тему: «**Криза довіри до політичних інститутів як чинник вразливості до пропаганди в цифровому середовищі**».

Необхідно визначити:

- об'єкт;
- предмет;

- дослідницьке питання;
- робочу гіпотезу;
- джерельну базу;
- критерії вимірювання довіри;
- індикатори інформаційної вразливості.

Підсумок теми

Трансформація політичних інститутів у цифрову епоху супроводжується глибокими змінами у способах легітимації, функціонування та взаємодії з суспільством. Цифровізація підсилює відкритість, пришвидшує участь і модернізує державні практики, але водночас робить інститути більш репутаційно вразливими й залежними від якості комунікації. Онлайн-демократія створює нові можливості для участі громадян, однак несе ризики поверховості, платформеної залежності та маніпулятивного впливу. Цифрові механізми участі формують політичну позицію, впливають на міжнародний порядок денний і змінюють інформаційну поведінку громадян. У цих умовах криза довіри до політичних інститутів стає одним із ключових факторів вразливості суспільства до пропаганди, дезінформації та маніпулятивних технологій. Саме тому довіра до інститутів у цифрову епоху слід розглядати як фундамент не лише демократії, а й інформаційної та міжнародно-політичної стійкості.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Основна

1. Брижко В. М., Фурашев В. М. Інформаційне право та інформаційне законодавство. 2-ге вид., допов. Київ : Право, 2021. 288 с.
2. Варенко В. М. Основи аналітики : навч. посіб. Київ : Ліра-К, 2022. 248 с.
3. Величко О. М., Гордієнко Т. Б. Основи системного аналізу і прийняття оптимальних рішень : підручник. Одеса : Олді Плюс, 2022. 672 с.
4. Висоцький О., М'ячин В. Соціологія політичної пропаганди: методологічний потенціал в контексті внутрішньополітичних та міжнародних процесів. Епістемологічні дослідження в філософії, соціальних і політичних науках. 2025. № 8(2). С. 116–122. DOI: <https://doi.org/10.15421/342548>
5. Висоцький О. Ю., Халапсіс О. В. Кіно і політична пропаганда : навч. посіб. Дніпро : Дніпров. держ. ун-т внутр. справ, 2024. 408 с.
6. Запорожець О. Ю. Технології інформаційного протиборства : навч. посіб. Київ : Вадекс, 2022. 145 с.
7. Захарова І. В., Філіпова Л. Я., Задорожний І. С., Тарасенко Д. А. Основи інформаційно-аналітичної діяльності : навч. посіб. 2-ге вид., випр. і доп. Черкаси : Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова, 2024. 347 с. URL: <https://suem.edu.ua/storage/doc/books/osnovy-informaciyno-analitychnoi-dialnosti-zaharova2.pdf>
8. Інформаційно-аналітична діяльність у міжнародних відносинах : навч.-метод. посіб. / уклад. К. С. Нестерова, С. І. Рассадникова та ін. Одеса : Астропринт, 2025. 72 с.
9. Петров П. Технології політичної комунікації в міжнародних відносинах України: використання PR-технологій. Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії. 2023. № 3(17). С. 98–108. DOI: <https://doi.org/10.29038/2524-2679-2023-03-98-108>
10. Петров П. Демократія онлайн: виклики і можливості політичної участі в умовах цифрової держави. Acta Securitatae Volynienses. 2025. № 5. С. 80–87. DOI: <https://doi.org/10.32782/2786-9385/2025-5-11>
11. Петров П. Г. Технологічні системно-утворюючі чинники формування зовнішньополітичного іміджу Північної Кореї: загальна характеристика. Регіональні студії. 2023. № 32. С. 187–191. DOI: <https://doi.org/10.32782/2663-6170/2023.32.30>
12. Петров П. Глобальна цифровізація та криза міжнародного демократичного легітимізму. Епістемологічні дослідження в філософії, соціальних і політичних науках. 2025. Т. 8, № 1. С. 254–262. DOI: <https://doi.org/10.15421/342531>
13. Петров П. Е-петиції, онлайн-консультації та цифрове голосування: вплив на реальні політичні рішення. Актуальні проблеми філософії та соціології. 2025. № 53. С. 246–250. DOI: <https://doi.org/10.32782/apfs.v053.2025.41>
14. Петров П. Особливості трансформації політико-інституційних комунікаційних відносин з внутрішнім та зовнішнім середовищем під впливом процесу цифровізації. Епістемологічні дослідження в філософії, соціальних і політичних науках. 2024. Т. 7, № 2. С. 160–166. DOI: <https://doi.org/10.15421/342455>
15. Петров П. Процес внутрішньополітичної цифровізації Сполучених Штатів Америки (електронне та цифрове урядування): ретроспектива та нормативно-правові засади. Філософія та політологія в контексті сучасної культури. 2024. Т. 16, спец. вип. С. 77–83. DOI: <https://doi.org/10.15421/352410>
16. Петров П., Вершина В., Головка І. Роль публічної дипломатії та парадипломатії як інструмент зміцнення політичних інститутів у цифровому вимірі. Філософія та політологія в контексті сучасної культури. 2025. Т. 16, № 2. С. 215–221. DOI: <https://doi.org/10.15421/352462>
17. Петров П., Головка І., Котов І. Моделювання цифрової парадипломатії в глобальному просторі. Стратегія нейтралізації інформаційних загроз. Empirio. 2025. № 2, спец. вип. С. 92–101. DOI: <https://doi.org/10.18523/3041-1718.2025.2.c.92-101>
18. Петров П. Трансформація політичних інститутів у цифрову епоху: інновації, стабільність і криза довіри. Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом.

Політичні науки та публічне управління. 2025. № 1(77). С. 129–133. DOI: [https://doi.org/10.32689/2523-4625-2025-1\(77\)-18](https://doi.org/10.32689/2523-4625-2025-1(77)-18)

19. Томашевський О. М., Цегелик Г. Г., Вітер М. Б., Дудук В. І. Інформаційні технології та моделювання бізнес-процесів : навч. посіб. Київ : Центр учб. літ., 2024. 296 с.

20. Чернишова Л. О., Новікова Л. В. Світовий ринок інформаційно-комунікаційних технологій: тенденції та перспективи розвитку. Підприємництво та інновації. 2021. Вип. 16. С. 15–19. DOI: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/16.2>

Додаткова:

1. Варенко В. Операційна (онлайнова) аналітика: нові технології та можливості. Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук. 2022. Вип. 9. С. 10–21. DOI: <https://doi.org/10.31866/2616-7654.9.2022.259140>

2. Висоцький О. Технології національної безпеки у внутрішній та зовнішній політиці держави. Грані. 2023. Т. 26, № 3. С. 126–133. DOI: <https://doi.org/10.15421/172358>

3. Вонсович С. Г. Політичний аналіз і прогноз : навч.-метод. посіб. Кам'янець-Подільський : Кам'янець-Подільський нац. ун-т імені Івана Огієнка, 2023. 228 с. URL: <https://politkaf.kpnu.edu.ua/wp-content/uploads/2023/09/vonsovych-s.-h.-politychnyj-analiz-i-prohnoz-navchalnyj-posibnyk.pdf>

4. Глобальний інформаційний простір як чинник розвитку міжнародних відносин : колект. монографія / за заг. ред. І. В. Іщенка. Ніжин : Лисенко М. М., 2023. 320 с. ISBN 978-617-640-633-4.

5. Єремєєва І. А. Методичні рекомендації для самостійної та індивідуальної роботи з дисципліни «Інформаційно-аналітична діяльність у міжнародних відносинах» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня спеціальності 291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії» ННІ права та інноваційної освіти денної та заочної форм навчання. Дніпро : ДДУВС, 2022. 32 с.

6. Загуменна В. В., Кузьменко О. І. Інформаційно-аналітична діяльність як наукова та навчальна дисципліна: еволюція, тенденції розвитку. Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. 2022. № 4. С. 102–107. DOI: <https://doi.org/10.32461/2409-9805.4.2022.269817>

7. Захарова І. В., Філіпова Л. Я., Задорожний І. С., Тарасенко Д. А. Основи інформаційно-аналітичної діяльності : навч. посіб. 2-ге вид., випр. і доп. Черкаси : Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова, 2024. 347 с. URL: <https://suem.edu.ua/storage/doc/books/osnovy-informaciyno-analitychnoi-dialnosti-zaharova2.pdf>

8. Іващенко Г. А., Отенко П. В. Розвиток інформаційно-аналітичної діяльності в галузі міжнародних відносин. Бізнес Інформ. 2024. № 9. С. 27–37. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-9-27-37>

9. Лешик С. Інституційно-правовий механізм інформаційної політики України в процесі євроінтеграції. Політичне життя. 2024. № 3. С. 53–60. DOI: <https://doi.org/10.31558/2519-2949.2024.3.6>

10. Міжнародна інформаційна безпека : підруч. Київ : Вадекс, 2023. 540 с.

11. У цьому записі у наданих вами даних не зазначено автора або редактора.

12. Мірошниченко Т., Федорова Г. Цифрова дипломатія як сучасний комунікаційний інструмент міжнародних відносин. Грані : наук.-теорет. альманах. 2021. Т. 24, № 12. С. 58–64. DOI: <https://doi.org/10.15421/1721119>

13. Петренко І. І. Аналіз публічної політики : навч. посіб. Київ : Норма права, 2023. 332 с.

14. Петренко І. І. Методи політичних досліджень : навч. посіб. Київ : Норма права, 2023. 220 с.

15. Росток М. Методологічні засади інформаційно-аналітичного супроводу психологічної науки і освіти сьогодення. Імідж сучасного педагога. 2024. № 2(215). С. 24–33. DOI: [https://doi.org/10.33272/2522-9729-2024-2\(215\)-24-33](https://doi.org/10.33272/2522-9729-2024-2(215)-24-33)

16. Старостін О. Ю. Основні загрози інтересам держави у сфері інформаційної безпеки України. Вісник ХНУВС = Bulletin of Kharkiv National University of Internal Affairs. 2024. № 1(104). С. 283–292. DOI: <https://doi.org/10.32631/v.2024.1.24>
17. Фролова О., Чекмарьова В. Інтеграція України до європейського інформаційного простору. Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії. 2022. Вип. 2(13). С. 66–77. DOI: <https://doi.org/10.29038/2524-2679-2022-02-66-77>
18. Чернишова Л. О. Особливості регулювання сфери інформаційно-комунікаційних технологій для подолання економічної нерівності країн в межах ЄС. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2023. № 4(41). URL: <http://www.easterneurope-ebm.in.ua/index.php/vipusk-41-2023>
19. Hedling E. Transforming practices of diplomacy: the European External Action Service and digital transformation. International Affairs. 2021. Vol. 97, no. 3. P. 841–859.
20. Hyzen A. Revisiting the theoretical foundations of propaganda. International Journal of Communication. 2021. Vol. 15. P. 3479–3496.
21. Molina M. D., Sundar S. S., Le T., Lee D. “Fake news” is not simply false information: a concept explication and taxonomy of online content. American Behavioral Scientist. 2021. Vol. 65, no. 2. P. 180–212.
22. Номер тому й випуск я взяв лише з вашого запису настільки, наскільки він був поданий; у вашому тексті є ймовірна неповнота оформлення.
23. Sparkes-Vian C. Digital diplomacy: the tyranny of ignorance. Critical Sociology. 2022. Vol. 45, no. 3. P. 393–409.
24. У вашому записі не було DOI або URL.
25. Vysotskyi O. Ukrainian anti-Americanism during full-scale Russian aggression through the lens of the President of Ukraine’s public diplomacy: a deconstructive attempt. Ideology and Politics. 2024. Vol. 1(26). P. 112–120. DOI: <https://doi.org/10.36169/2227-6068.2024.02.00006>
26. Woolley S. C. Digital propaganda: the power of influencers. Journal of Democracy. 2022. Vol. 33, no. 3. P. 115–129.

Інформаційні ресурси:

1. Бібліотека Конгресу США. Country Studies: офіційний веб-сайт. URL: <https://www.loc.gov/collections/country-studies/?fa=online-format:pdf&sp=2>
2. Державна служба статистики України: офіційний веб-сайт. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара: офіційний вебсайт. URL: <https://www.dnu.dp.ua/>
4. Дніпропетровська обласна універсальна наукова бібліотека: офіційний вебсайт. URL: <http://www.libr.dp.ua/>
5. Європейський Союз: офіційний вебпортал. URL: https://european-union.europa.eu/contact-eu_uk
6. Інформаційно-пошукова система законодавчих і нормативних документів України. URL: <https://www.rada.gov.ua/>
7. Міністерство закордонних справ України: офіційний вебсайт. URL: <https://mfa.gov.ua/>
8. Міністерство освіти і науки України: офіційний вебсайт. URL: <https://mon.gov.ua/ua>
9. Наукова бібліотека Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара: офіційний вебсайт. URL: <http://library.dsu.dp.ua/>
10. Національна академія наук України: офіційний вебсайт. URL: <http://www.nas.gov.ua/>
11. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського: офіційний вебсайт. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>
12. Національний інститут стратегічних досліджень: офіційний вебсайт. URL: <https://niss.gov.ua/>

13. Організація Об'єднаних Націй: офіційний вебсайт. URL: <https://www.un.org/en>
14. Рада національної безпеки і оборони України: офіційний вебсайт. URL: <https://www.rnbo.gov.ua/>
15. Цифровий репозиторій Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара. URL: <https://repository.dnu.dp.ua/>
16. ЮНЕСКО: офіційний вебсайт. URL: <https://www.unesco.org/en>
17. Directorate-General for Communication. Types of institutions and bodies: official web-site. Available at: https://european-union.europa.eu/institutions-law-budget/institutions-and-bodies/types-institutions-and-bodies_en
18. European Commission. Areas of EU action: official web-site. Available at: https://commission.europa.eu/about/role/law/areas-eu-action_en
19. European Commission. Common Foreign and Security Policy: official web-site. Available at: https://commission.europa.eu/funding-tenders/find-funding/eu-funding-programmes/common-foreign-and-security-policy_en
20. European Parliament. Directorate-General for Internal Policies. The European Council in 2022. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2023. Available at: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/9154aba7-f617-11ee-8e14-01aa75ed71a1/language-en>
21. European Parliament. Members of the European Parliament: official web-site. Available at: <https://www.europarl.europa.eu/meps/en/home>
22. Official Journal of the European Union. Court of Justice of the European Union. Access to European Union Law. Available at: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=LEGISSUM:eu_court_justice
23. Official Journal of the European Union. European Council. Access to European Union Law. Available at: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=LEGISSUM:european_council
24. Official Journal of the European Union. European Parliament. Access to European Union. Available at: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=LEGISSUM:european_parliament

ПЕТРОВ Павло	кандидат політичних наук, доцент, доцент кафедри міжнародних відносин Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара
ПОБОЧИЙ Іван	доктор політичних наук, професор, професор кафедри міжнародної економіки, управління і соціально-гуманітарних дисциплін Дніпровського металургійного інституту, Українського державного університету науки і технологій

**Методичні рекомендації до семінарських занять
з дисципліни: «Технології пропаганди в міжнародних відносинах»**

Методичні рекомендації до семінарських занять із дисципліни «Технології пропаганди в міжнародних відносинах» призначені для здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти спеціальності «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії», «Міжнародні відносини» та спрямовані на формування системного уявлення про пропаганду як інструмент міжнародного впливу, політичної комунікації та боротьби за інтерпретацію подій у сучасному глобальному середовищі. У рекомендаціях розкрито теоретико-методологічні засади дослідження пропаганди, її функції, суб'єктів, канали, аудиторії, методи і технології, а також висвітлено цифрову трансформацію політичних інститутів, PR-технологій, публічної дипломатії, парадипломатії, онлайн-демократії та нових форм політичної участі. Видання містить плани семінарських занять, питання для обговорення, інтерактивні та практичні завдання, дискусійні блоки, методичні акценти й рекомендації для самостійної роботи, що сприяє розвитку аналітичного мислення, дослідницьких навичок і критичного осмислення сучасних інформаційно-комунікаційних процесів у міжнародних відносинах.