

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ КИЇВСЬКИЙ
СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
ФАКУЛЬТЕТ ПРАВА ТА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН**

Кафедра міжнародних відносин

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

Освітня програма 291.00.01 «Суспільні комунікації»

**БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА
на тему:
РОЛЬ МАС-МЕДІА У ЗОВНІШНІЙ ПОЛІТИЦІ США**

**Студентки 4 курсу
денної форми
навчання
Борисюк
Олександри
Андріївни**

**Науковий керівник:
доктор іст. наук,
доцент
завідувач кафедри
міжнародних відносин
Яблонський В. М.**

Київ – 2025

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ СКОРОЧЕНЬ	3
ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЛІ МАС-МЕДІА У ЗОВНІШНІЙ ПОЛІТИЦІ США	6
1.1. Стан наукової розробки проблеми та джерельна база дослідження	6
1.2. Понятійно-категоріальний апарат та методи дослідження	11
РОЗДІЛ 2. ВЗАЄМОДІЯ МАС-МЕДІА І ЗОВНІШНЯ ПОЛІТИКА США	17
2.1. Вплив мас-медіа на формування зовнішньополітичної стратегії США	17
2.2. Роль медіа у просуванні зовнішньополітичних ініціатив та іміджу США	20
2.3. Використання мас-медіа в управлінні кризами та міжнародними конфліктами	23
РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНІ ПРИКЛАДИ ВПЛИВУ МАС-МЕДІА НА ЗОВНІШНЮ ПОЛІТИКУ США	32
3.1. Мас-медіа та роль у американській зовнішній політиці в період Холодної війни	32
3.2. Значення соціальних мереж у сучасній зовнішній політиці США	37
3.3. Критика та маніпуляції у висвітленні зовнішньої політики США: внутрішні та міжнародні аспекти	48
ВИСНОВКИ	53
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ	55

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ СКОРОЧЕНЬ

ЄС	Європейський Союз
ЗМІ	Засоби масової інформації
КНР	Китайська Народна Республіка
НАТО	Північноатлантичний альянс
ООН	Організація Об'єднаних Націй
СРСР	Союз Радянських Соціалістичних Республік
США	Сполучені Штати Америки
ЦРУ	Центральне розвідувальне управління
CNN	Cable News Network (Кабельна новинна мережа, США)
BBC	British Broadcasting Corporation (Британська телерадіомовна корпорація)
MSNBC	Microsoft National Broadcasting Corporation (Спільний медіапроект Microsoft і NBC, США)

ВСТУП

Актуальність дослідження обумовлена необхідністю вивчення взаємодії мас-медіа та зовнішньої політики, зокрема, впливу медіа на зовнішньополітичні стратегії та дії держав. У світі, де інформаційні потоки стають основним фактором формування громадської думки та політичних рішень, роль мас-медіа в зовнішній політиці значно зросла. В особливості, це стосується США, де медіа виступають важливим інструментом не лише для інформування громадськості, але й для формування іміджу країни на міжнародній арені. В умовах сучасних глобальних криз, а також швидкого розвитку цифрових технологій, мас-медіа здобули нові можливості для впливу на міжнародну політику, включаючи соціальні мережі та інші новітні комунікаційні платформи.

Об'єктом дослідження є мас-медіа як канал комунікації між урядом США та міжнародною спільнотою.

Предметом дослідження є вплив мас-медіа на формування зовнішньополітичних рішень та просування зовнішньополітичних ініціатив США.

Метою роботи є дослідження ролі мас-медіа у формуванні та реалізації зовнішньої політики США, виявлення основних тенденцій і методів використання медіа для досягнення зовнішньополітичних цілей.

Для досягнення цієї мети в роботі поставлені наступні **завдання**:

1. аналіз стану наукової розробки проблеми та визначення основних підходів до вивчення взаємодії мас-медіа і зовнішньої політики США;
2. вивчення впливу мас-медіа на формування зовнішньополітичної стратегії США;
3. розгляд ролі медіа у просуванні зовнішньополітичних ініціатив та іміджу США;
4. аналіз використання мас-медіа у кризових ситуаціях та міжнародних конфліктах;
5. оцінка критики і маніпуляцій у висвітленні зовнішньополітичних подій США.

Практичне значення дослідження полягає в тому, що результати можуть бути використані для подальших досліджень у галузі міжнародних відносин, політичної комунікації, а також для розробки рекомендацій щодо вдосконалення медіа-стратегій держав для просування власних інтересів на міжнародній арені. Розкриття впливу мас-медіа на зовнішню політику США також може бути корисним для аналітиків та політичних консультантів, що займаються питаннями інформаційної безпеки та міжнародних відносин.

Теоретичне значення роботи полягає в систематизації та аналізі існуючих наукових підходів до вивчення впливу медіа на зовнішню політику, а також у розробці нових концептуальних моделей взаємодії мас-медіа і зовнішньої політики в умовах сучасних глобальних викликів.

Структура роботи включає вступ, три розділи, висновки та список використаних джерел. У першому розділі розглядаються теоретико-методологічні аспекти дослідження, визначаються основні поняття та методи аналізу ролі мас-медіа в зовнішній політиці США. Другий розділ присвячений вивченню взаємодії мас-медіа і зовнішньої політики США, зокрема впливу медіа на зовнішньополітичну стратегію та управління міжнародними кризами. Третій розділ містить практичні приклади використання мас-медіа в американській зовнішній політиці, зокрема в період Холодної війни та в сучасних умовах, а також аналіз критики і маніпуляцій у медіа-просторі США. В кінці роботи наведено висновки, що підсумовують основні результати дослідження. Список джерел та літератури налічує 60 позицій.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЛІ МАС-МЕДІА У ЗОВНІШНІЙ ПОЛІТИЦІ США

1.1. Стан наукової розробки проблеми та джерельна база дослідження

Роль мас-медіа у зовнішній політиці США є однією з ключових тем сучасних наукових досліджень. Це питання набуває особливої ваги у світлі глобальних політичних змін і трансформацій, які зумовлені розвитком інформаційних технологій і медіапростору. Засоби масової інформації мають суттєвий вплив на формування громадської думки, політичних рішень та міжнародного іміджу держави. Як зазначають дослідники, серед яких можна виділити Гладку Є. Р., мас-медіа відіграють важливу роль не лише як канали передачі інформації, але й як інструменти маніпуляції, пропаганди та психологічного впливу¹. ЗМІ можуть не тільки відображати реальність, але й активно формувати її через спеціально підібрану інформацію, її подачу та інтерпретацію, що значно впливає на суспільні переконання та ставлення до різноманітних політичних подій.

Один із ключових аспектів впливу мас-медіа на зовнішню політику США полягає в здатності засобів масової інформації формувати політичний дискурс. Вони мають вирішальне значення в процесах популяризації політичних кандидатів, партій та окремих політичних ідей, а також у формуванні публічних політичних дискусій, які можуть прямо впливати на результати виборів і на політичні орієнтації громадян. ЗМІ не тільки відображають події, але й здатні через висвітлення і обрання тем стати важливим інструментом політичного впливу. Відомо, що медіа здатні значною мірою змінювати сприйняття політичних подій через методи селекції інформації, її подачі та інтерпретації, що має важливе значення у формуванні виборчих рішень, особливо під час президентських кампаній².

¹ Гладка Є. Р. Зовнішня політика Дональда Трампа. *Європейський вектор*. Editorial Board, 2021. 517 с.

² Зернецька О. В. З історії глобальної комунікації. *Глобальна комунікація: монографія*. Київ : Наукова думка. 2017. С. 9 - 33.

Невід'ємною частиною цієї теми є здатність ЗМІ впливати на публічний дискурс через створення та поширення соціально-політичних міфів, які сприймаються громадськістю без належного критичного осмислення. Як зазначає Г. Г. Почепцов, засоби масової інформації можуть створювати ідеологічно забарвлені наративи, які сприяють маніпулюванню громадською думкою та поширенню пропаганди, що відповідає інтересам політичних еліт або корпорацій³. Це може включати як явні фальсифікації фактів, так і приховані меседжі, які впливають на сприйняття соціальних, політичних та міжнародних подій. Мас-медіа активно маніпулюють громадською думкою, формуючи в суспільстві певні переконання, що здатні змінити поведінку людей і вплинути на їхні рішення.

Мас-медіа мають особливу роль у зовнішній політиці США, активно впливаючи на публічний дискурс через офіційні промови, заяви та інші форми публічної комунікації. Зокрема, медіа використовуються в промовах американських президентів для підкреслення лідерства США на міжнародній арені та для просування стратегічних інтересів держави. Протягом десятиліть, починаючи з президента Г. Трумена до Б. Обама, медіа активно використовувалися для створення образу США як глобального лідера, що формує позитивний міжнародний імідж та підтримує національні інтереси в глобальних питаннях безпеки та політики⁴.

Мас-медіа також є ключовими інструментами для маніпулювання суспільною думкою щодо міжнародних подій. Зокрема, стратегічні комунікації відіграють важливу роль у просуванні зовнішньополітичних наративів, створенні певних стереотипів та іміджів на міжнародній арені, що впливають на дипломатичні стосунки та міжнародну політику.⁵ Наприклад, США активно

³ Почепцов Г. Г. Стратегічні комунікації: стратегічні комунікації в політиці, бізнесі та державному управлінні. Київ : Альтерпрес, 2008. 216 с.

⁴ Коцюба В. В. Медіа дипломатія в зовнішньополітичних стратегіях держави. Луцьк, 2024. 272 с.

⁵ Шерман О. М. Політичний стереотип: місце в політичному процесі та технології формування засобами масової інформації. Львів: Сполом, 2008. 228 с.

використовують медіа для зміцнення образу країни як демократичної сили, що підтримує права людини та свободи в інших країнах, при цьому цілеспрямовано формуючи наративи про свої політичні інтереси⁶.

Продовження дослідження питання взаємодії мас-медіа та зовнішньої політики США вимагає розгляду концептуальних і емпіричних напрацювань провідних сучасних науковців. У науковому дискурсі останнього десятиліття зростає інтерес до комплексного осмислення ролі мас-медіа як не лише каналу комунікації, а й активного суб'єкта, здатного формувати міжнародний порядок денний та зовнішньополітичні наративи.

Серед провідних дослідників цього напрямку варто насамперед звернутися до праці Н. Фаузі та її колективу, які у межах огляду сучасної літератури запропонували інтегральну концептуалізацію довіри до новинних ЗМІ як ключового чинника легітимності зовнішньої комунікації держави. Дослідники стверджують, що у ситуаціях кризи, політичної турбулентності або інформаційної конкуренції, саме довіра до ЗМІ зумовлює ефективність транснаціонального поширення зовнішньополітичних меседжів. Це положення є особливо релевантним у контексті зовнішньої політики США, яка активно спирається на механізми інформаційного впливу в глобальному просторі⁷.

Є. Кубін та К. фон Сікорські у своєму систематичному огляді аналізують зв'язок між функціонуванням (соціальних) медіа та політичною поляризацією. Їхній підхід дозволяє інтерпретувати медіа як політичного актора, що здатний не лише рефлексувати політичну дійсність, а й активно змінювати політичний ландшафт, зокрема через селективну репрезентацію зовнішньополітичних

⁶ Тихомирова Є. Б. Стратегічні комунікації як один з пріоритетів глобальної стратегії зовнішньої політики і безпеки ЄС. URL: <http://esnuir.eenu.edu.ua/bitstream/123456789/12168/1/3068-11257-1-PB.pdf>

⁷ Fawzi N., Steindl N., Obermaier M., Prochazka F., Arlt D., Blöbaum B. [та ін.] Concepts, causes and consequences of trust in news media – a literature review and framework. *Annals of the International Communication Association*. 2021. Vol. 45, № 2. P. 154–174.

конфліктів, що притаманно американським ЗМІ у висвітленні міжнародних криз⁸.

І. Манор та Х. Чжуан акцентують на явищі діджиталізації публічної дипломатії, підкреслюючи, що цифрова комунікація стає провідним вектором зовнішньополітичної стратегії США. На думку авторів, з огляду на інтерактивність та негайність зворотного зв'язку, цифрові платформи трансформують класичну модель інформаційного впливу, посилюючи роль публічної дипломатії як механізму просування іміджу США, зокрема у регіонах з низьким рівнем симпатії до американської зовнішньої політики⁹.

Дослідження О. Материнської, присвячене аналізу антропоморфного образу війни у німецьких та українських ЗМІ, дозволяє зробити висновок про здатність медіа конструювати символічну рамку конфлікту. Такий підхід є продуктивним для розуміння, як американські ЗМІ надають значення подіям у міжнародних відносинах, створюючи бінарні опозиції типу «демократія–тероризм» або «мир–агресія», що безпосередньо впливає на сприйняття зовнішньої політики США на глобальному рівні¹⁰.

Значний внесок у дослідження політичної комунікації зробили також С. Вулхендлер та Д. Хіммельштейн у співавторстві з іншими авторами. У їхній праці, присвяченій аналізу публічної політики в епоху адміністрації Д. Трампа, окреслюються механізми медіа-репрезентації рішень уряду як засобу їхньої соціальної нормалізації. Автори підкреслюють, що політична доцільність нерідко формується не самими рішеннями, а способом їх подання у ЗМІ. Це

⁸ Kubin E., Von Sikorski C. The role of (social) media in political polarization: a systematic review. *Annals of the International Communication Association*. 2021. Vol. 45, № 3. P. 188–206.

⁹ Manor I., Huang Z. A. Digitalization of public diplomacy: Concepts, trends, and challenges. *Communication and the Public*. 2022. Vol. 7, № 4. P. 167–175.

¹⁰ Materynska O. Das anthropomorphe Bild des Krieges in den Deutschen und Ukrainischen Massenmedien. *Lingua Montenegrina*. 2019. Vol. 24. P. 153–167. URL: <http://www.fcjk.me/lingua-montenegrina>

положення є актуальним і в контексті зовнішньополітичної діяльності США, коли медіа формують уявлення про легітимність або агресивність дій держави¹¹.

У спільній роботі Д. Борис та О. Материнської здійснено лінгвістичний аналіз «бекронімів» як інструментів формування політичної реальності. Автори демонструють, як через маніпулятивні мовні конструкції можливо досягти посилення ідеологічного впливу ЗМІ, що має пряме відношення до інформаційного супроводу зовнішньої політики. Такі лінгвістичні прийоми активно використовуються американськими інформаційними каналами під час висвітлення міжнародних подій¹².

Концептуально вагомими є напрацювання Дж. Ная, який увів до наукового обігу поняття «м'якої сили». Його теоретичні побудови демонструють, як культурна привабливість, система цінностей і політичні ідеали можуть стати альтернативним інструментом зовнішньополітичного впливу. На думку Ная, саме мас-медіа виступають основним каналом поширення м'якої сили, формуючи сприятливе міжнародне середовище для реалізації зовнішньої політики.

Не можна оминати увагою й дослідження Л. Сабато, який підкреслює, що ЗМІ є «лінзою», через яку громадськість сприймає політичну реальність. У контексті зовнішньої політики США цей підхід дозволяє зрозуміти, як створюється підтримка чи критика зовнішньополітичного курсу держави серед міжнародної аудиторії.

Підсумовуючи, слід зазначити, що сучасна наукова думка, як українська, так і зарубіжна, дедалі частіше розглядає мас-медіа як активного та стратегічного актора зовнішньої політики. Такий підхід відкриває нові аналітичні горизонти у вивченні публічної дипломатії, медіа-наративів та технологій інформаційного

¹¹ Woolhandler S., Himmelstein D. U., Ahmed S., Bailey Z., Bassett M. T., Bird M. [та ін.] Public policy and health in the Trump era. *The Lancet*. 2021. Vol. 397, № 10275. P. 705–753.

¹² Borys D., Materynska, O. Poreonymic backronyms: Ambit, formation, and diversity. *Lege artis. Language yesterday, today, tomorrow. The journal of University of SS Cyril and Methodius in Trnava*. Trnava : University of SS Cyril and Methodius in Trnava. 2020. Vol. 5. Issue 2. P. 2–52. URL: https://lartis.sk/wp-content/uploads/2020/11/BorysMaterynska_Issue-2_2020.pdf

впливу, особливо в контексті глобального домінування США в інформаційному просторі. Відтак, подальший аналіз ролі мас-медіа у формуванні зовнішньої політики США повинен спиратися на міждисциплінарну методологію, що інтегрує політичну комунікацію, медіа-лінгвістику, міжнародні відносини та соціальну психологію.

1.2. Понятійно-категоріальний апарат та методи дослідження

У контексті дослідження ролі мас-медіа у зовнішній політиці США важливим є визначення основних понять та категорій, які дозволяють не тільки систематизувати дані, але й глибше розуміти механізми їхнього впливу на політичні процеси, у тому числі формування громадської думки, вплив на міжнародну політику та стратегічні рішення.

Понятійно-категоріальний апарат:

- Мас-медіа (засоби масової інформації). Мас-медіа включають в себе різні платформи та канали комунікації, які забезпечують передачу інформації до широкої аудиторії. Це не лише традиційні медіа, такі як телебачення, радіо та преса, але й нові цифрові платформи, включаючи соціальні мережі та онлайн-медіа. Медіа виконують функцію інформування, освіти, розваги, а також є важливими агентами соціалізації та формування громадської думки. Як зазначає відомий американський політолог Л. Сабато, «Мас-медіа є лінзою, через яку громадяни дивляться на світ і роблять висновки про те, що є важливим».¹³

- Зовнішня політика. Це комплекс стратегічних, дипломатичних, економічних і військових дій, які реалізує держава для досягнення своїх міжнародних цілей та інтересів¹⁴. Вона включає у себе різні аспекти взаємодії з іншими країнами та міжнародними організаціями, а також реагує на зовнішні виклики, що виникають на глобальній арені. У цьому контексті мас-медіа є

¹³ Materynska O. Das anthropomorphe Bild des Krieges in den Deutschen und Ukrainischen Massenmedien. *Lingua Montenegrina*. 2019. Vol. 24. P. 153–167. URL: <http://www.fcjk.me/lingua-montenegrina>

¹⁴ Brennan B. S. *Qualitative Research Methods for Media Studies* (3rd ed.). Routledge. 2021. URL: <https://doi.org/10.4324/9781003122388>

важливим інструментом комунікації та маніпуляції з метою просування національних інтересів.

- Громадська думка – сукупність поглядів, переконань і оцінок, що формуються в суспільстві щодо певних подій, явищ або осіб. Громадська думка не лише впливає на політичне життя, а й є важливим фактором у прийнятті політичних рішень. Американський політик Джон Ф. Кеннеді зауважував: «Немає нічого більш важливого для політичного процесу, ніж те, як громадяни сприймають та оцінюють інформацію, що надходить до них через медіа»¹⁵.

- Імідж держави.

Імідж країни – це узагальнений образ, що формується в міжнародній спільноті на основі уявлень, стереотипів та оцінок, які складаються під впливом політики, економіки, культури та медійного висвітлення. Цей образ здатен або сприяти авторитету держави на світовій арені, або, навпаки, шкодити її репутації. Значний внесок у розвиток поняття іміджу держави зробив американський політолог Дж. Най, який увів у науковий обіг концепцію «м'якої сили». На його думку, м'яка сила – це здатність держави досягати бажаних результатів не через примус чи економічний тиск, а за рахунок привабливості її культури, політичних ідеалів та інституцій. У цьому контексті медіа виступають головним інструментом трансляції таких цінностей на міжнародному рівні.

Втім, потенціал м'якої сили не завжди лишається сталим. Наприклад, у 2003 році, напередодні війни в Іраку, рівень симпатій до Сполучених Штатів Америки серед європейських країн помітно знизився – згідно з опитуваннями, підтримка США впала приблизно на 30%. Після початку військової кампанії негативне сприйняття Америки зафіксували у більшості з 19 країн, де проводили дослідження громадської думки. Варто зазначити, що критика частіше стосувалась саме політики адміністрації Джорджа Буша-молодшого, ніж США

¹⁵ Калініченко Б. М. Роль громадянського суспільства у процесі демократичного транзиту в Україні і Польщі. *Вісник Донецького національного університету імені Василя Стуса. Серія політичні науки*. 2024. № 9. С. 40.

як країни загалом. Тим не менш, антиамериканські настрої стали однією з тем національних політичних дискусій у ряді європейських країн.

Вплив масової культури на політичні процеси є давнім явищем. Американська культура, через музику, кіно, моду та стиль життя, неодноразово виступала інструментом м'якого впливу, особливо в повоєнній Європі. Після Другої світової війни, коли Сполучені Штати активно впроваджували План Маршалла та підтримували створення НАТО, масова культура також сприяла демократичним трансформаціям. Європейська молодь охоче переймала цінності свободи, відкритості, життєрадісності, що поширювались разом з американськими фільмами, музикою та споживчою культурою. Отже, культурний вплив доповнював економічну та політичну допомогу, формуючи позитивний образ США.

У сучасному світі Європа стала однією з головних альтернатив Америці в контексті м'якої сили. Європейські країни мають глибоку культурну спадщину, яка включає мистецтво, літературу, моду, гастрономію та музику, що сприймаються з високою симпатією у світі. Європейський Союз, як наддержавне об'єднання, став прикладом ефективної інтеграції, яка базується не на примусі, а на привабливості демократичних цінностей, стабільності та прав людини. За 60 років існування ЄС сприяв зміцненню миру на континенті, що колись був ареною постійних конфліктів.

Імідж держави має безпосередній вплив не лише на політику, а й на економічну сферу. Позитивне сприйняття країни створює так звану культурну додану вартість до її товарів та послуг. Наприклад, автомобілі німецького виробництва асоціюються з якістю та надійністю, французькі парфуми сприймаються як символ вишуканості, а японська техніка – як еталон технологічної досконалості. Водночас країни, які мають слабкий або негативний імідж, змушені знижувати ціну своїх товарів, аби залишатись конкурентоспроможними. Китай, попри величезний виробничий потенціал, стикається з проблемою упередженого сприйняття його продукції як неякісної, що є наслідком відсутності м'якої сили або навіть її негативного балансу.

Туризм – ще одна сфера, де працює м'яка сила. Франція, Італія, Іспанія активно «продають» свій культурний капітал у вигляді історичних пам'яток, гастрономії та стилю життя. Незважаючи на іноді перевищені очікування туристів, ці країни стабільно залишаються серед найпопулярніших туристичних напрямків. Крім того, імідж держави впливає і на міграційні потоки: люди охочіше переїжджають до країн із позитивним іміджем – таких як Німеччина чи США. Навпаки, держави з менш вираженим або маловідомим культурним іміджем, як-от Канада чи Австралія, змушені вкладати значні кошти в рекламні кампанії, аби привернути увагу мігрантів.

Проте покладатися виключно на м'яку силу в умовах сучасного геополітичного світу було б наївно. Хоча вона має багато переваг, м'яка сила не здатна замінити жорстку силу повністю. Дж. Най неодноразово наголошував, що ефективність м'якої сили підвищується лише тоді, коли вона поєднується з економічною і військовою потужністю держави. Наприклад, якби США втратили свою економічну силу, зберігши лише демократичні цінності, то їхня здатність впливати на інші країни зменшилася б у рази. Такі ілюзії лежали в основі невиправданих сподівань, що Ірак автоматично стане демократичною країною після повалення режиму С. Хусейна.

Європейський проєкт теж базувався на переконанні в силі м'яких механізмів. Протягом десятиліть країни ЄС користувалися безпековим «зонтиком», який надавали США, водночас зосереджуючись на економічному зростанні. Але в умовах, коли Америка дедалі частіше повертається до політики жорсткої сили, Європа стикається з викликами, які потребують переосмислення власних безпекових та стратегічних підходів.

Відтак, м'яка сила є ефективним, але не самодостатнім інструментом у зовнішньополітичному арсеналі держави. Її вплив значно зростає за умови підтримки іншими формами сили – економічною, військовою, дипломатичною. В умовах цифрової епохи, де інформаційні потоки мають величезну швидкість та охоплення, м'яка сила здатна значно розширити можливості держав для реалізації своїх інтересів. Але, як зазначають деякі європейські аналітики, її

ефективність має межі – і ці межі варто чітко усвідомлювати в сучасних геополітичних реаліях.

- Медіа-маніпуляція. Це явище, яке полягає у використанні медіа для цілеспрямованого впливу на громадську думку через спотворення фактів або вживання різних психологічних прийомів, з метою просування певної ідеї або політичної агенди. Медіа-маніпуляція може включати як явні фальсифікації, так і приховані меседжі, які впливають на поведінку та переконання громадян без їхнього усвідомлення.

Методи дослідження:

1. Контент-аналіз. Метод, який дозволяє систематично аналізувати зміст медіа-продукції для виявлення ключових тем, ідеологічних наративів, емоційної тональності і характеру висвітлення певних подій. Застосування контент-аналізу до матеріалів великих американських медіа, таких як «The New York Times» або «CNN», дозволяє оцінити, як медіа змінюють сприйняття зовнішньополітичних подій.

2. Аналіз дискурсу. Цей метод передбачає вивчення мови та комунікативних стратегій, які використовуються в медіа для передачі політичних ідей. Аналіз дискурсу дозволяє виявити, як певні політичні наративи формуються в масовому інформаційному просторі і як вони відображають інтереси еліт. Наприклад, вивчення президентських промов Б. Обама може показати, як медіа використовуються для просування образу США як «світового лідера»¹⁶.

3. Порівняльний аналіз. Цей метод дозволяє порівняти медіа-матеріали різних джерел або періодів часу, щоб виявити зміни в підходах до висвітлення зовнішньополітичних подій, стратегій і наративів. Наприклад, порівняння медіа-репрезентацій зовнішньої політики США при різних президентах (наприклад,

¹⁶ Козир М. А. Роль міжнародних організацій у системі забезпечення міжнародної інформаційної безпеки. Полтава : Національний університет імені Юрія Кондратюка, 2024. 124 с. URL: <https://reposit.nupp.edu.ua/handle/PoltNTU/15131>.

Дж. Буш-молодший vs. Д. Трамп) допомагає виявити різницю в медійному акцентуванні на різних аспектах зовнішньої політики ¹⁷.

4. Історичний аналіз. Дослідження еволюції ролі мас-медіа у зовнішній політиці США через вивчення архівних матеріалів, медіа-репортажів і наукових праць допомагає зрозуміти зміни в підходах до використання медіа в політичних стратегіях і міжнародних відносинах. Аналіз історії медіа-впливу на зовнішню політику США, починаючи з епохи холодної війни до сучасного періоду, дозволяє виявити загальні тенденції та особливості.

Використання зазначених методів дозволяє глибше розглянути складні механізми впливу мас-медіа на зовнішню політику США, а також їх роль у формуванні громадської думки та міжнародного іміджу держави.

¹⁷ Сидоркевич А. Д. Інформаційна політика США в сучасних міжнародних відносинах. *Національний авіаційний університет*. Київ, 2023. С. 14.

РОЗДІЛ 2

ВЗАЄМОДІЯ МАС-МЕДІА І ЗОВНІШНЯ ПОЛІТИКА США

2.1. Вплив мас-медіа на формування зовнішньополітичної стратегії США

Мас-медіа стали одними з основних інструментів впливу на формування зовнішньополітичної стратегії Сполучених Штатів Америки. Завдяки своєму широкому охопленню аудиторії, мас-медіа сприяють не лише популяризації зовнішньополітичних ініціатив, але й формуванню громадської думки, що може мати вирішальний вплив на прийняття ключових рішень на міжнародній арені¹⁸. Мас-медіа виступають важливим каналом зв'язку між урядом і населенням, а також між США та іншими державами, дозволяючи урядовим інституціям доносити свої меседжі до громадськості та визначати напрямки зовнішньої політики.

У процесі формування зовнішньополітичної стратегії США мас-медіа відіграли особливо важливу роль у період Холодної війни. Ідеологічна боротьба між США та СРСР, що тривала з кінця 1940-х до початку 1990-х років, активно відображалась у медіа-просторі, де кожна зі сторін використовувала мас-медіа для пропаганди своїх ідеалів, розповсюдження інформації про глобальні події та формування уявлень про суперника¹⁹. США, зокрема, використовували свої медіа для поширення ідей демократії, ринкової економіки та свободи, у той час як радянська пропаганда демонструвала переваги соціалістичної системи та «боротьби за мир».

Одним із яскравих прикладів використання мас-медіа в зовнішній політиці США під час Холодної війни стала програма Radio Free Europe, створена в 1950 році для мовлення на країни під радянським впливом²⁰. Це був важливий елемент

¹⁸ Москвич О. Медіа-реальність як сучасний соціокультурний простір. *Соціологічні студії*. 2014. № 2 (5). С. 52–56.

¹⁹ «Активні заходи» СРСР проти США: пролог до гібридної війни: аналіт. доп. Д. В. Дубов, А. В. Баровська, Т. О. Ісакова, І. О. Коваль, В. П. Горбулін; за заг. ред. Д. В. Дубова. 2-ге вид. К.: НІСД, 2017. С. 25.

²⁰ Гавриленко І.І. Геополітичний вимір публічної дипломатії США. *Міжнародні відносини. Серія «Політичні науки»*. 2014. № 3. С. 21–27.

у боротьбі за умови людей, де США активно використовували радіо для поширення демократичних ідеалів, надаючи альтернативу пропаганді, що поширювалась через радянські медіа. Radio Free Europe не лише інформувало громадян країн Східної Європи, але й активно боролось за їхню свідомість, створюючи образ США як захисника свободи та прав людини.

Іншим важливим прикладом є роль медіа під час Карибської кризи 1962 року. Коли напруга між США та СРСР досягла піку через радянські ракети в Кубі, медіа стали важливим інструментом для комунікації з громадськістю та міжнародною спільнотою. Телевізійні повідомлення та радіоінтерв'ю лідерів США, зокрема президента Джона Кеннеді, стали основним засобом поширення офіційної інформації та формування громадської думки щодо кризової ситуації. У той же час радянські медіа також використовували свої канали для інтерпретації подій і виправдання своєї позиції на міжнародній арені.

Мас-медіа також були ключовим елементом у висвітленні різних зовнішньополітичних ініціатив США, таких як участь у війні у В'єтнамі. Війна, що тривала з 1955 до 1975 року, була висвітлена в медіа США як одна з найбільш контroversійних і неоднозначних подій²¹. Телевізійні репортажі, що показували жорстокість війни, численні жертви серед американських солдатів та мирного населення, сприяли зростанню антивоєнних настроїв серед американців. Це в свою чергу призвело до значного тиску на уряд США, що, в свою чергу, вплинуло на зміну зовнішньополітичного курсу та пришвидшило виведення американських військ з В'єтнаму. У цьому контексті мас-медіа можна розглядати не лише як інструмент інформування, але й як важливий фактор впливу на політичні рішення держави.

Наявність телевізійних каналів та газет дозволила політичним лідерам США активно використовувати медіа для створення «наративів» про

²¹ Мицик Л. М., Кузьменко Ю. В. Новітня історія країн Європи та Америки (1918-2007): навч. посіб. К.: Академвидав, 2008. 544с.

зовнішньополітичні події.²² Прикладом цього є висвітлення операції «Буря в пустелі» в 1990-х роках. Коли США та їхні союзники розпочали військові дії проти Іраку в рамках першої війни в Перській затоці, медіа стали невід'ємною частиною стратегічної комунікації. Вперше в історії сучасної війни телевізійні репортажі, зокрема прямі трансляції з місця бойових дій, стали важливим інструментом для формування сприйняття війни серед населення та міжнародної спільноти. Медіа надавали можливість здійснювати контроль над інформацією та створювати образ США як рятівника міжнародного порядку.

Однак не лише підтримка урядових ініціатив і стратегій є важливою функцією мас-медіа в зовнішній політиці США. Мас-медіа також можуть стати ареною для критики та суперечок. Наприклад, у 2003 році, перед початком війни в Іраку, засоби масової інформації США стали центром обговорень та суперечок щодо законності та необхідності цієї військової операції. Частина медіа активно підтримувала дії уряду, тоді як інші ставили під сумнів аргументи, представлені адміністрацією президента Джорджа Буша-молодшого, щодо наявності зброї масового знищення в Іраку²³.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що мас-медіа мають вирішальне значення в процесі формування зовнішньої політики США. Вони не лише є інструментами для поширення інформації та пропаганди, але й активно впливають на формування громадської думки та міжнародних відносин. Як показує досвід Холодної війни, війни у В'єтнамі та Перській затоці, а також більш сучасних конфліктів, медіа є важливим компонентом у визначенні стратегії США на міжнародній арені, часто визначаючи, як саме країна буде сприйматися в світі²⁴.

²² Гончар Б. М. Концепція американського світового лідерства у зовнішній політиці Б. Обама. *США і світ: XXI століття*. Колективна монографія пам'яті Є. Камінського. Київ: «Центр вільної преси», 2012.

²³ Мицик Л. М., Кузьменко Ю. В. Новітня історія країн Європи та Америки (1918-2007): навч. посіб. Київ: Академвидав, 2008. 544 с.

²⁴ Газін В. П., Копилов С. А. Новітня історія країн Європи та Америки 1945-2002 роки: навч.-посіб. Київ: Либідь, 2004. 624 с.

2.2. Роль медіа у просуванні зовнішньополітичних ініціатив та іміджу США

Медіа мають визначальне значення для зовнішньої політики США, оскільки вони є не лише каналами комунікації, а й потужними інструментами, через які формуються наративи, підтримуються чи критикуються міжнародні ініціативи²⁵. Медіа виконують функцію просування зовнішньополітичних цілей США, створюючи позитивний імідж країни та мобілізуючи підтримку як всередині держави, так і на міжнародній арені²⁶. Вони використовуються для управління глобальним сприйняттям політики США в різних сферах, таких як війна, дипломатія, економіка, культура та глобальні безпекові питання. ЗМІ активно працюють для досягнення національних цілей через створення спеціальних наративів, які підтримують певні зовнішньополітичні кроки, демонструють їх доцільність і правомірність²⁷.

Медіа є важливим каналом для передачі державних повідомлень і підтримки зовнішньополітичних ініціатив. Через них уряд США може роз'яснити громадськості причини та мету конкретних міжнародних дій. Вони також допомагають формувати суспільне сприйняття і мобілізувати громадську підтримку²⁸. Одним із яскравих прикладів цього є використання медіа під час військових операцій. Під час операцій в Іраку і Афганістані, медіа активно висвітлювали причини вторгнення, розповідаючи про загрозу від зброї масового знищення або загрозу тероризму²⁹. Ці повідомлення допомогли виправдати дії уряду США та забезпечити більшу підтримку серед населення.

²⁵ Смолянчук В. Ф. Незамінний елемент державно могутності. Військовополітичні орієнтири 43-го президента США. *Політика і час*. 2001. № 4. С. 16–24.

²⁶ Качинська Н.О. Політичний імідж держави: структурні та комунікаційні компоненти феномену. URL: <http://www.viche.info/journal/1738/>.

²⁷ Зернецька О. В. З історії глобальної комунікації. Глобальна комунікація: монографія. Київ : Наукова думка. 2017. С. 9-33.

²⁸ Рибченко Т. О. «Послідовність зовнішньої політики Б. Обама в умовах глобальної економічної кризи». *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2010. Вип. 93 (1). С. 150-157.

²⁹ Шевчук О. В. Зовнішньополітичні пріоритети адміністрації Б. Обама. *Наукові праці [Чорноморського державного університету імені Петра Могили]*. Сер. : Політологія, 2013. Т. 212, Вип. 200. С. 9–13.

Медіа також виконують функцію моніторингу і корекції зовнішньої політики, забезпечуючи зворотний зв'язок із суспільством. Вони можуть висвітлювати незадоволення чи критику, що дозволяє владі коригувати свої стратегії для досягнення більшої легітимності у своїх діях. Ключовим моментом є те, що медіа не лише повідомляють факти, але й формують інтерпретації цих фактів, надаючи їм політичного значення.

Імідж держави на міжнародній арені має важливе значення для її зовнішньої політики. Медіа відіграють важливу роль у формуванні цього іміджу через новини, інформаційні програми та культурні ініціативи, які представляють США як країну, що підтримує демократичні цінності, права людини та глобальну стабільність. Для цього США активно використовують міжнародні новинні агенції, такі як CNN, Reuters, BBC, а також державні інформаційні канали, зокрема «Voice of America» (Голос Америки).

Медіа активно підтримують образ США як глобального лідера, який допомагає підтримувати мир і безпеку в світі, особливо в періоди міжнародних криз. Наприклад, під час конфліктів або гуманітарних криз медіа висвітлюють участь США в миротворчих місіях або наданні гуманітарної допомоги³⁰. Цей наратив часто використовується для створення образу США як провідного захисника світової стабільності, що відповідає за поширення демократії та верховенства права на глобальному рівні.

Медіа також використовуються як інструмент м'якої сили США – концепції, що передбачає просування американських цінностей через культурні, освітні та інформаційні програми. Вони сприяють розповсюдженню демократичних ідеалів і покликані продемонструвати привабливість американської культури, політичної системи та способу життя. Через медіа США здійснюють культурні обміни, організовують освітні проекти, співпрацюють з міжнародними медіа-організаціями, щоб донести до світу свої ідеї та цінності.

³⁰ Юрченко С.В. На шляху до світового лідерства: геостратегія США 1941-1963 рр. Севастополь: Вид-во «Флот України», 2000. 295 с.

Програми, як «Voice of America» та інші культурні ініціативи, допомагають не тільки популяризувати американську культуру, але й створювати сприятливу атмосферу для зовнішньої політики США в різних регіонах світу. Це важливо особливо в країнах, де американські цінності можуть бути сприйняті як чужі або де домінують альтернативні наративи³¹. Через культурні та освітні програми медіа допомагають сформувати позитивний імідж США в тих регіонах, де існують певні виклики чи упередження щодо американської зовнішньої політики.

З початку 2000-х років соціальні медіа стали важливим інструментом для реалізації зовнішньополітичних ініціатив США. Платформи, як Twitter, Facebook, Instagram та YouTube, дозволяють політикам, дипломатам і урядовим агентам безпосередньо взаємодіяти з громадськістю, обминаючи традиційні канали медіа. Це дозволяє швидко реагувати на зміни в міжнародній політиці, надавати офіційні коментарі і висловлювати позицію США щодо глобальних подій.

Соціальні медіа також дають можливість уряду США безпосередньо впливати на міжнародну громадську думку. Вони дозволяють у реальному часі реагувати на кризи, надавати інформацію про позицію США щодо певних питань або дій, що мають міжнародне значення. Наприклад, під час виборів у різних країнах або важливих міжнародних подій, медіа платформи використовуються для підтримки демократичних процесів і виявлення позиції США щодо результатів³².

Проте соціальні медіа також створюють нові виклики для зовнішньої політики США. Зокрема, проблема фейкових новин, інформаційних маніпуляцій і дезінформації ставить під сумнів достовірність інформації, що поширюється через ці платформи. Важливо, щоб уряди та медіа-платформи працювали над

³¹ Яковенко Н. Пріоритети міжнародно-політичної діяльності США в стратегіях національної безпеки. *Американська історія та політика*. 2016. Вип. С. 38-47.

³² Шевчук О. В. Позиціонування США на міжнародній арені за президентства Д. Трампа: глобальний та регіональний виміри. *Американська історія та політика*. 2017. Вип. 4. С. 76-84.

підвищенню рівня медіаграмотності та боротьбою з негативними ефектами маніпуляцій в онлайн-просторі.

Відтак, медіа відіграють вирішальну роль у формуванні та просуванні зовнішньополітичних ініціатив США, допомагаючи створювати позитивний імідж держави, просувати її стратегії на глобальній арені і мобілізувати внутрішню підтримку для важливих політичних рішень. Використання медіа для досягнення цих цілей залишається одним із основних інструментів сучасної зовнішньої політики США.

2.3. Використання мас-медіа в управлінні кризами та міжнародними конфліктами

Мас-медіа відіграють надзвичайно важливу роль у управлінні кризами та міжнародними конфліктами. З моменту виникнення сучасних засобів масової інформації вони стали не лише інструментом інформування, а й потужним засобом впливу на громадську думку, політичні рішення та міжнародні відносини. У даному контексті, мас-медіа виступають не тільки як канал передачі інформації, а й як інструмент стратегії держав, міжнародних організацій та неурядових організацій, що займаються управлінням кризами та конфліктами³³. У цьому розрізі важливо розглянути як саме мас-медіа використовуються для впливу на громадську думку, реагування на кризи, маніпулювання інформацією та управління міжнародними відносинами в умовах конфліктів.

Мас-медіа здатні відігравати ключову роль у зниженні або посиленні гостроти кризових ситуацій. У період кризи медіа можуть допомогти зберегти стабільність в державі, координувати дії громадськості, забезпечувати інформування про поточну ситуацію, а також діяти як канал для мобілізації ресурсів та допомоги. Водночас вони можуть і сприяти ескалації кризової

³³ Регіональні стратегії США і Європи: зовнішньополітичний і безпековий вимір : монографія. Київ : Центр вільної преси, 2016. 528 с.

ситуації, якщо використовуються для пропаганди паніки, поширення дезінформації чи радикальних наративів.

Одним із яскравих прикладів ефективного використання мас-медіа під час кризи є події 11 вересня 2001 року, коли терористичні акти у США призвели до масштабної міжнародної кризи³⁴. Телевізійні канали, радіо і інтернет миттєво стали основними засобами для донесення новин до громадськості. Інформаційні агентства та телевізійні станції працювали в умовах надзвичайної ситуації, зокрема, показуючи сцени терактів в реальному часі, що сприяло формуванню паніки, але також стало потужним інструментом мобілізації ресурсів для підтримки постраждалих і забезпечення координації дій державних органів.

Після трагедії 11 вересня мас-медіа стали невід'ємною частиною наративу, в якому США активно формували свій образ як держави, що потерпіла від тероризму, а також демонстрували свої дії з боротьби з тероризмом на міжнародній арені. Кожна новина, інтерв'ю з президентом Дж. Бушем та іншими високопосадовцями, трансляція засідань уряду ставали частинами глобального наративу про боротьбу зі злом у вигляді тероризму. Це дозволило США отримати міжнародну підтримку, зокрема через Раду Безпеки ООН, і мобілізувати союзників для боротьби проти терористичних організацій.

Мас-медіа також мають потенціал для управління гуманітарними кризами. Після природних катастроф, таких як землетруси, цунамі або урагани, медіа стають каналом для поширення інформації про те, де і як можна надати допомогу постраждалим, забезпечувати їх безпеку та координувати зусилля рятувальних служб. Один із прикладів такого використання медіа – кризова ситуація після землетрусу в Гаїті у 2010 році. Міжнародні новинні агенції активно висвітлювали масштаби катастрофи, допомагаючи залучити міжнародні гуманітарні організації для надання необхідної допомоги. Водночас важливою

³⁴Мицик Л. М., Кузьменко Ю. В. Новітня історія країн Європи та Америки (1918-2007): навч. посіб. К.: Академвидав, 2008. 544 с.

була і роль соціальних мереж, де люди з усього світу могли оперативно отримати інформацію про напрямки допомоги та обставини катастрофи³⁵.

Управління міжнародними конфліктами вимагає не тільки дипломатичних зусиль, а й активного використання засобів масової інформації. Мас-медіа можуть бути використані як інструмент для впливу на міжнародну громадськість, формування міжнародних альянсів, надання підтримки або критики зовнішньополітичних ініціатив, а також для збереження або підриву легітимності урядів під час міжнародних криз.

Одним із наочних прикладів є роль медіа під час війни в Іраку 2003 року. Після того, як адміністрація президента Джорджа Буша-молодшого заявила про наявність зброї масового знищення в Іраку, це твердження активно висвітлювалося в американських та міжнародних ЗМІ. Мас-медіа стали основним інструментом для просування війни в Іраку, активно підтримуючи офіційну позицію уряду США та його союзників. Проте, з часом, коли виявилось, що зброї масового знищення в Іраку не було знайдено, медіа стали місцем для обговорення і критики війни, що призвело до значної зміни громадської думки як в США, так і в інших країнах.

Одним з інструментів використання медіа в управлінні міжнародними конфліктами є так званий «медійний дипломат». Наприклад, під час конфлікту в Україні з 2014 року, медіа стали основною платформою для війни за інтерпретацію подій³⁶. Різні сторони конфлікту – Україна, Росія, Захід – використовували медіа для поширення своїх наративів. В Росії активно використовували телевізійні канали та інтернет-платформи для демонстрації підтримки сепаратистів у східних регіонах України, в той час як українські та західні медіа виступали за підтримку суверенітету України. Соціальні мережі стали важливим інструментом для оперативного поширення інформації про події

³⁵ Городня Н. Еволюція політики США в Південно-Східній Азії в постбіполярний період. *Проблеми міжнародних відносин*. 2011. № 2. С. 89.

³⁶ Калініченко Б. М. Роль громадянського суспільства у процесі демократичного транзиту в Україні і Польщі. *Вісник Донецького національного університету імені Василя Стуса. Серія політичні науки*. 2024. № 9. С. 40.

на місцях та мобілізації міжнародної громадськості для підтримки однієї зі сторін конфлікту.

Мас-медіа використовуються і в процесах мирного врегулювання конфліктів. Один з таких прикладів – мирний процес в Південному Судані, який розпочався після численних років громадянської війни. Мас-медіа стали основним інструментом для інформування громадськості про кроки, що були зроблені для досягнення миру, про умови припинення вогню та майбутні політичні реформи. Міжнародні організації та уряди використовували ЗМІ для того, щоб донести до людей важливість миру і підтримки мирного процесу, а також для створення умов для мирного співіснування після завершення конфлікту.

Сьогодні новітні технології, зокрема соціальні мережі, значно змінюють спосіб, яким мас-медіа використовуються в управлінні кризами та міжнародними конфліктами. Завдяки інтернету і соціальним медіа, люди з усього світу можуть миттєво отримувати інформацію про події в реальному часі. Зокрема, під час «арабської весни» 2011 року соціальні мережі стали основними інструментами для організації протестів і боротьби з авторитарними режимами в арабських країнах. Вони не лише дозволяли людям швидко обмінюватися інформацією, але й ставали засобом мобілізації громадськості для дій, що сприяло змінам у регіоні.

Одночасно, ці технології можуть бути використані й для поширення фальшивих новин, пропаганди або маніпуляцій. Наприклад, в контексті російської агресії проти України, соціальні медіа стали одним із каналів для поширення дезінформації та інформаційної війни. Кібератаки, маніпуляції з новинами та створення фальшивих профілів у соціальних мережах стали важливими інструментами гібридної війни, що створюють нестабільність і конфлікти в суспільствах.

Мас-медіа відіграють вирішальну роль у формуванні міжнародного сприйняття конфліктів та кризових ситуацій, сприяючи не лише інформуванню, а й впливу на політичні рішення, міжнародні відносини та громадську думку. В

умовах глобалізації та швидкого розвитку інформаційних технологій медіа стали ключовими гравцями у міжнародних відносинах. Вони визначають, як суспільства сприймають конфлікти та хто є відповідальним за їх виникнення та ескалацію.

Відповідно до теорії медіа та міжнародних відносин, ЗМІ можуть впливати на сприйняття конфлікту в умовах «медійної війни», де кожна сторона намагається контролювати інформацію, щоб вплинути на міжнародне співтовариство. Це дозволяє маніпулювати наративами, що стосуються гуманітарних аспектів війни, таких як жертви серед цивільного населення, злочини проти людяності чи порушення прав людини. Завдяки медіа можна сприяти створенню позитивного іміджу однієї зі сторін конфлікту або, навпаки, дискредитувати опонента³⁷.

Одним із прикладів є використання ЗМІ під час війни в Югославії в 1990-х роках. Як сербські, так і хорватські медіа активно пропагували свої наративи, що значно посилювало етнічну напругу і сприяло ескалації насильства. ЗМІ в цих умовах стали не лише свідками подій, а й активними учасниками конфлікту. Пропаганда через медіа створила сприятливий ґрунт для військових дій, посилила націоналістичні настрої і змінила образ ворога у свідомості громадян.

Наразі важливу роль у кризах та конфліктах відіграють інтернет-платформи та соціальні мережі. Їх вплив можна продемонструвати на прикладі «арабської весни», коли соціальні медіа стали важливим інструментом організації протестів і мобілізації людей на вулиці. Вони слугували не лише для поширення новин, але й для створення ефекту «живої» журналістики, яка отримала величезну популярність серед тих, хто шукав альтернативні джерела інформації, що не піддаються цензурі³⁸.

Проте, разом з позитивним впливом, соціальні медіа мають і негативні аспекти. Наприклад, вони часто стають платформами для поширення фальшивих

³⁷ Гладка Є. Р. Зовнішня політика Дональда Трампа. *Європейський вектор*. Editorial Board, 2021. 517 с.

³⁸ Почепцов Г. Г. Стратегічні комунікації: стратегічні комунікації в політиці, бізнесі та державному управлінні. К. : Альтерпрес, 2008. 216 с.

новин, пропаганди і дезінформації. Ситуація, яка склалася під час анексії Криму Росією в 2014 році, є яскравим прикладом. Російські ЗМІ активно підтримували наратив, що на сході України та в Криму проходять «рятивні» заходи, спрямовані на захист російськомовних громадян, що насправді було лише прикриттям для агресії³⁹.

У період таких конфліктів, як війна в Сирії, виявилася важливість медіа як засобу інформаційної боротьби. Кожна зі сторін конфлікту намагалась створити свій образ як «жертви» або «героя», використовуючи ЗМІ для просування своїх інтересів. На цьому фоні важливим елементом стало також включення міжнародних організацій, таких як ООН та правозахисні організації, до медійних процесів, що дозволяло надавати неупереджену інформацію і забезпечувати прозорість у висвітленні гуманітарних катастроф.

Ще одним важливим аспектом використання мас-медіа є роль у миротворчих процесах. Медіа можуть слугувати майданчиком для висвітлення кроків, які роблять міжнародні організації для врегулювання конфліктів, а також для інформування громадян про можливості мирного врегулювання ситуацій. Так, у випадку з мирними переговорами в Колумбії, де засоби масової інформації стали основним каналом для інформування громадян про процеси, що проходили між урядом та партизанами, медіа відіграли важливу роль у забезпеченні громадської підтримки мирного процесу.

Насамкінець, мас-медіа мають як позитивні, так і негативні функції у процесах управління кризами та міжнародними конфліктами. З одного боку, вони можуть бути важливим інструментом для збереження миру, мобілізації гуманітарної допомоги та формування позитивного іміджу на міжнародній арені. З іншого боку, вони можуть сприяти ескалації конфліктів, маніпулюючи інформацією або пропагуючи ненависть. Важливим є розуміння, що в умовах

³⁹ Федорів Т. «Репутація країни» та «державний брендинг» як категорії науки державного управління. *Державне управління та місцеве самоврядування*: зб. нах. пр. / Дніпр. ін-т держ. упр. Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. Дніпро, 2011. Вип. 2(9). С. 6–9. URL : http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Dums/2011_2/11ftvndu.pdf.

глобалізації медіа здатні створювати не лише місцеві, але й глобальні ефекти, що вимагають ретельного контролю та етичного підходу до їх використання в міжнародних кризах.

Важливо зазначити, що за президентства Дональда Трампа (2017–2021) відбулася трансформація ролі мас-медіа в зовнішньополітичній комунікації. Сам Трамп активно використовував Twitter як головний канал публічної дипломатії, що дозволяло йому оперативно транслювати політичні позиції та формувати міжнародний дискурс без посередництва традиційних ЗМІ. Така стратегія дозволила створити нову модель взаємодії між лідером держави, міжнародною громадськістю та супутніми гравцями глобальної політики.

Одним із ключових прикладів є висвітлення конфлікту з Іраном, зокрема після ліквідації іранського генерала Касема Сулеймані у січні 2020 року. Адміністрація Трампа використала мас-медіа для обґрунтування дій США, акцентуючи увагу на потребі запобігти терористичним загрозам. Однак реакція міжнародних ЗМІ була неоднозначною: американські союзники висловили занепокоєння щодо ескалації конфлікту, тоді як російські та китайські медіа подали ці події як агресивні односторонні дії США. Такий приклад демонструє, як мас-медіа стають ареною боротьби інтерпретацій у міжнародній політиці.

Іншим прикладом є комунікація під час пандемії COVID-19, коли адміністрація Трампа зіштовхнулася з критикою щодо затримки у реагуванні на кризу. У зовнішньополітичному вимірі увага зосереджувалась на критиці Китаю, який, за твердженнями Білого дому, нібито приховував інформацію про масштаби поширення вірусу. Мас-медіа стали головним інструментом цієї кампанії, формуючи наратив про «китайський вірус», що сприяло зростанню напруженості у американо-китайських відносинах.

У період президентства Джозефа Байдена особливу вагу в інформаційній політиці США набули події, пов'язані з повномасштабним вторгненням Російської Федерації в Україну у 2022 році. Американські мас-медіа активно долучилися до висвітлення конфлікту, формуючи послідовний і потужний наратив на підтримку України. Ведучі телеканали, інформаційні агентства та

цифрові платформи трансливали позицію офіційного Вашингтона, підкреслюючи нелегітимність агресії, порушення норм міжнародного права та необхідність колективної відповіді з боку Заходу.

ЗМІ стали головним каналом для мобілізації громадської думки, не лише всередині країни, але й у глобальному масштабі. Через такі платформи, як CNN, MSNBC, The New York Times, Politico, а також за допомогою соціальних мереж, формувався образ України як жертви агресії, а США – як гарант стабільності, демократії та міжнародного порядку. Водночас, ЗМІ сприяли формуванню публічного консенсусу щодо необхідності військової, фінансової та гуманітарної підтримки України. Така медіа-стратегія стала важливою частиною дипломатичного тиску на держави, які займають нейтральну або проросійську позицію, стимулюючи їх до зміни риторики або приєднання до антиросійських санкцій.

В інформаційному вимірі також активно використовувалися розслідувальні матеріали про воєнні злочини, здійснені російською армією, зокрема в Бучі, Маріуполі та Ізюмі. Такі матеріали, підтримані візуальним контентом та свідченнями очевидців, трансливалися глобально, сприяючи делегітимації дій РФ та формуванню морального імперативу до дій. Мас-медіа фактично стали суб'єктом гуманітарного впливу, забезпечуючи емоційне залучення міжнародної спільноти до подій в Україні.

Не менш важливою функцією ЗМІ є боротьба з дезінформацією. У відповідь на потужну російську пропаганду, американські мас-медіа (у співпраці з урядовими структурами) впроваджують перевірку фактів, контрнаративи та кампанії цифрової грамотності. Це є ключовим у контексті стратегічних комунікацій, де медіа не лише реагують на події, а й моделюють реакції аудиторії.

Отже, сучасні кризи й конфлікти, особливо повномасштабна війна в Україні, наочно демонструють, що медіа є не лише каналом інформування, але й активним учасником стратегічного управління конфліктами. Їхнє значення виходить за межі інформаційного супроводу – вони стають інструментом тиску,

мобілізації, легітимації та делегітимації, що забезпечує державам, зокрема США, можливість впливати на перебіг глобальних подій через інформаційне поле.

РОЗДІЛ 3

ПРАКТИЧНІ ПРИКЛАДИ ВПЛИВУ МАС-МЕДІА НА ЗОВНІШНЮ ПОЛІТИКУ США

3.1. Мас-медіа та роль у американській зовнішній політиці в період Холодної війни

Період Холодної війни (1947–1991) став етапом, коли мас-медіа вперше почали використовуватися як один із основних інструментів реалізації зовнішньої політики США⁴⁰. Інформаційна складова міжнародних відносин набула безпрецедентної ваги, а боротьба за «серця і розуми» людей у різних частинах світу стала стратегічним пріоритетом американської дипломатії. Саме в цей час розвивається концепція «м'якої сили», коли вплив здійснювався не лише через військову чи економічну перевагу, але й через поширення ідей свободи, демократії та американського способу життя.

Мас-медіа стали ключовим інструментом цього процесу. Вони виконували роль посередника між урядом і світовою громадськістю, формуючи уявлення про Сполучені Штати як про державу свободи, економічного процвітання й політичної стабільності.

Одним із головних проявів інформаційної стратегії США стало створення та підтримка міжнародних радіостанцій, зокрема:

– «Голос Америки» (Voice of America, 1942) – був заснований ще під час Другої світової війни, але під час Холодної війни набув особливого значення. Передачі трансливалися багатьма мовами, у тому числі російською, українською, польською, чеською та іншими мовами народів Східної Європи. Мета полягала у донесенні альтернативної інформації до громадян країн соцтабору⁴¹.

– «Радіо Свобода» (Radio Free Europe/Radio Liberty, 1950) – радіостанція, яка працювала спеціально для жителів Радянського Союзу та країн

⁴⁰ Камінський Є. Є. Світ переможців і переможених. *Міжнародні відносини і українська перспектива на початку XXI століття*. Київ: Центр вільної преси, 2008. 336 с.

⁴¹ Камінський Є. Є. Україна в зовнішньополітичних доктринах США. *Українська державність*. Київ: Політична думка, 1996. № 6. С. 253–270

Варшавського договору. Вона фінансувалася американським урядом через ЦРУ і спеціалізувалася на передачах, які розвінчували радянську пропаганду, висвітлювали факти цензури, політичних репресій, економічних труднощів та соціальних проблем у СРСР.

Крім радіомовлення, США активно використовували й інші мас-медійні формати:

- Кіно і документальні фільми. Наприклад, через Агентство інформації США, створене у 1953 році, Америка поширювала фільми, які ілюстрували переваги західного способу життя. Документальні стрічки демонстрували досягнення американської науки, культури, технологій та рівня життя.

- Друковані ЗМІ та брошури. Через переклади популярних західних журналів і газет (таких як *Life*, *Time*, *Newsweek*) американська культура просувалася навіть у закриті країни. Також видавалися спеціальні брошури для іноземних студентів, які вчилися в США, та розповсюджувалися через дипломатичні представництва.

- Програми обміну студентами та професіоналами. Програми на кшталт «Фулбрайта» сприяли тому, що іноземці мали змогу безпосередньо ознайомитися із реальним життям у США і потім нести цю інформацію додому.

Варто також відзначити приклади культурної дипломатії:

- Джазові турне американських музикантів (наприклад, Л. Армстронг, Д. Еллінгтон) до Європи, Азії та Африки мали величезний вплив на імідж США як країни культурного розмаїття і творчої свободи.

- Книжкові проєкти. США фінансували переклади творів західних класиків і сучасних авторів для розповсюдження за кордоном.

Особливо показовим є приклад кризи довкола будівництва Берлінської стіни у 1961 році: американські ЗМІ активно висвітлювали факт ізоляції Західного Берліна як доказ агресивності і несвободи радянського режиму.

Також слід згадати роль телебачення, яке почало активно використовуватися в 60-х роках. Хоча телетрансляції безпосередньо в країнах соцтабору були обмежені, міжнародні новини американських телеканалів (CBS,

NBC) потрапляли через спецканали та відеоматеріали до інших країн, включно із нейтральними державами, впливаючи на формування їхнього ставлення до США і СРСР.

Під час Холодної війни мас-медіа не лише відображали, але й активно формували уявлення про міжнародні події, тим самим сприяючи просуванню американської зовнішньої політики. Телебачення, радіо, преса та інші медіа-формати стали потужними інструментами для маніпулювання інформацією, створення політичних наративів і підтримки чи критики міжнародних ініціатив⁴². Своєю чергою, зростаюча конкуренція між США та СРСР у боротьбі за глобальну політичну домінацію змусила обидві держави використовувати медіа не тільки для інформування, але й для ведення активної інформаційної війни.

Наприклад, телесеріали та новини США часто містили елементи пропаганди, що підкреслювали переваги демократичної системи, її здатність до інновацій, свободи та економічного процвітання. Зокрема, популярні телевізійні шоу того часу, як-от «I Love Lucy» та «The Twilight Zone», просували цінності, що відповідають основам західного способу життя. Це все було частиною стратегічної мети: показати перевагу американської політичної та економічної системи через культурну продукцію.

У відповідь на це, Радянський Союз також активно використовував свої мас-медіа для просування ідеологічних наративів і боротьби за симпатії громадян країн третього світу. Але навіть у таких умовах американські медіа змогли встановити глобальну комунікаційну мережу, яка трансливала образ США як потужної демократії, здатної боротися з комуністичним режимом через культурні та інформаційні інструменти.

Одним із найбільш значущих прикладів використання медіа в цей період стало впровадження «м'якої сили». Медіа допомагали США створити

⁴² Тищенко-Тишковець О. М. Публічна дипломатія у системі зовнішньої політики : автореф. дис. ... канд. політ. наук : 23.00.03 / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевчен ка. К., 2011. 20 с.

привабливий образ для молоді по всьому світу, підкреслюючи можливості, які пропонує життя в демократичному суспільстві, і в той же час критикувати авторитарні режими, зокрема в Східній Європі, Азії та Латинській Америці.

Роль мас-медіа в міжнародних відносинах під час Холодної війни була не лише в інформуванні громадськості, але й у формуванні певного емоційного тиску. Всі ці медіа-ініціативи націлені на створення впливу на світову аудиторію, прагнучи сформуванню в них відчуття підтримки або неприязні до певних політичних режимів⁴³.

Продовжуючи аналіз ролі мас-медіа в американській зовнішній політиці під час Холодної війни, важливо звернути увагу на кілька додаткових аспектів, які ще більш детально висвітлюють стратегії, що застосовувались США для здійснення інформаційного впливу на світову аудиторію.

Одним з найбільш ефективних інструментів зовнішньої політики США була інформаційна дипломатія. Важливою частиною цієї стратегії стали культурні програми, які активно використовувались для зміцнення іміджу США за кордоном. Під час Холодної війни США створили численні інституції, такі як американські культурні центри, бібліотеки та виставки, що діяли в країнах з комуністичними режимами або в країнах, які перебували під радянським впливом. Ці заклади не лише демонстрували досягнення американської культури, науки, технологій і мистецтва, а й стали важливим інструментом для подолання радянської пропаганди. Місцева аудиторія могла порівняти ідеї американського суспільства з комуністичною ідеологією, отримуючи можливість відкрити для себе новий, альтернативний погляд на демократію, свободу та індивідуальні права.

Одним із найбільш помітних аспектів цих культурних програм стали міжнародні виставки, які проводились по всьому світу. Через ці заходи США демонстрували досягнення в науці, техніці, архітектурі, а також життєвий рівень

⁴³ Конспект лекцій з дисципліни «Зовнішня політика США» для здобувачів вищої освіти спеціальності 291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії» IV курсу VII семестру денної форми навчання / укл.: Чістякова І. М., Білоусов О. С., Яковлев І. В., Татакі Д. Д. Одеса: ДУ ОП, 2021. 107 с.

американського населення, намагаючись створити уявлення про США як про країну, де панує добробут, свобода і прогрес.

Також важливим інструментом інформаційної війни був кінематограф. Фільми, що виходили в цей період, активно використовувалися для формування негативного іміджу супротивника. Блокбастери та документальні фільми, які висвітлювали різні аспекти боротьби Заходу з комунізмом, ставали важливими інструментами пропаганди. Відомі кінокартини, такі як «Доктор Стрейнджлав» С. Кубрика або «Страх і ненависть у Лас-Вегасі» Террі Гілліама, зображували не лише загрози від комуністичних режимів, але й пропонували сцену для критики не лише радянського блоку, а й американського способу життя, що створювало більш складну картину взаємного сприйняття між двома супердержавами. Протистояння між «добром» і «злом», яке часто було в центрі таких кінематографічних образів, демонструвало політичні та ідеологічні суперечності, відображаючи масштаб глобальних напружень того часу.

Не менш важливим елементом стало створення та підтримка міжнародних новинних агентств, таких як «Voice of America» (Голос Америки), які відігравали важливу роль у формуванні інформаційного простору. США активно підтримували різноманітні медіа-ініціативи, що включали як друковані, так і електронні засоби масової інформації, спрямовані на поширення західних цінностей та інформації, що вигідна США. Вони також надавали підтримку незалежним журналістам та редакціям в інших країнах, намагаючись створити альтернативу радянським інформаційним потокам⁴⁴.

Водночас Агенція США з міжнародного розвитку (USAID) та інші урядові інституції були не лише гуманітарними організаціями, а й активно залучалися до підтримки демократичних рухів у країнах, що перебували під радянським або авторитарним впливом. USAID, зокрема, фінансувала створення газет, радіо- та телевізійних станцій, що мали на меті сприяти розвитку демократичних

⁴⁴ Ткаченко О. Г., Сидоренко О. П., Дудченко Л. М. Регіональний сегмент у новинному контенті центрального телебачення України. *Образ*. 2021. Вип. 1 (35). С. 114-121. DOI: [https://doi.org/10.21272/Obraz.2021.1\(35\)-114-121](https://doi.org/10.21272/Obraz.2021.1(35)-114-121)

інститутів та цінностей у світі. Така діяльність допомагала формувати образ США як країни, що не тільки бореться за свої інтереси, але й намагається поширювати на благо людства ідеї свободи та демократії.

У відповідь на ці дії, Східний блок через свою пропаганду також використовував схожі механізми, але з великим акцентом на цензуру та контрольовані повідомлення. Пропаганда, що йшла з Москви та інших соціалістичних країн, часто зображувала США як імперіалістичну країну, що не поважає права людини, експлуатує працівників і задіяна в корпоративній маніпуляції. Зазвичай акцент робився на соціальних проблемах у США, таких як расова дискримінація, бідність та інші негаразди. Ці повідомлення ставили під сумнів моральні та етичні принципи американської політики, тим самим намагаючись дискредитувати ідею демократичного розвитку Заходу в очах інших країн.

Мас-медіа стали платформою для боротьби за увагу і лояльність міжнародної спільноти, перетворюючи інформацію на ключовий елемент стратегії національної безпеки. У цей період ЗМІ фактично стали стратегічним активом, який дозволяв США здійснювати прямий вплив на міжнародні процеси, підкріплюючи їх політичну та ідеологічну боротьбу за світове домінування⁴⁵. Інформація, що надходила через ЗМІ, ставала потужним інструментом на арені глобальних конфліктів, даючи можливість США не лише контролювати свій імідж, але й активно впливати на формування громадської думки в інших країнах.

3.2. Значення соціальних мереж у сучасній зовнішній політиці США

З початком XXI століття роль мас-медіа у зовнішньополітичній стратегії США зазнала значних змін у зв'язку з появою нових цифрових технологій. Одним із найважливіших інструментів сучасної «публічної дипломатії» стали

⁴⁵ Почепцов Г. Г. Стратегічні комунікації: стратегічні комунікації в політиці, бізнесі та державному управлінні. К. : Альтерпрес, 2008. 216 с.

соціальні мережі, такі як Facebook, Twitter, Instagram, YouTube та інші. На відміну від традиційних ЗМІ, соціальні мережі забезпечують швидку, прямолінійну та масову комунікацію з аудиторією по всьому світу.

Соціальні мережі стали невід'ємною частиною сучасної комунікаційної стратегії США, а їх вплив на зовнішню політику країни неможливо переоцінити. США активно використовують можливості соціальних мереж для популяризації своїх цінностей, просування зовнішньополітичних меседжів, підтримки демократичних рухів у різних країнах та формування позитивного іміджу⁴⁶. Державний департамент США має окремі підрозділи, що займаються цифровою дипломатією, використовуючи платформи для миттєвого реагування на події, поширення офіційних заяв та комунікації з громадськістю інших держав.

Однією з основних переваг соціальних мереж є їх здатність швидко та ефективно передавати інформацію великій аудиторії. Цей швидкий канал зв'язку значно змінює традиційний підхід до зовнішньої політики, оскільки знижується необхідність у посередниках, таких як журналісти чи міжнародні організації. Через соціальні мережі США можуть напряду взаємодіяти з громадянами інших країн, формуючи бажаний наратив у реальному часі⁴⁷. Це робить соціальні платформи потужним інструментом для маніпуляцій громадською думкою та формування певних уявлень про зовнішньополітичні дії країни.

1. Швидкість і доступність інформації. Соціальні мережі дозволяють миттєво поширювати новини та меседжі. Так, наприклад, у період «Арабської весни» через соціальні платформи США активно підтримували протестні рухи на Близькому Сході. Це є яскравим прикладом того, як швидкість передачі інформації через соціальні мережі дає змогу безпосередньо впливати на політичні процеси в інших країнах.

⁴⁶ Бутенко Н. Ю. Соціальна психологія в рекламі: навчальний посібник. К.: КНЕУ, 2006. 384 с.

⁴⁷ Дудко І. Д. Інституційне й управлінське забезпечення зовнішньополітичної стратегії США в умовах постбіполярності. К.: КНЕУ, 2007. 144 с.

2. Маніпуляція через алгоритми: Соціальні платформи, такі як Facebook, Twitter, YouTube та інші, використовують складні алгоритми для вибору та показу контенту користувачам. Алгоритми цих платформ оцінюють величезну кількість даних, включаючи взаємодії з постами (лайки, коментарі, репости), час перегляду контенту, а також попередні інтереси користувачів. Одним із головних принципів таких алгоритмів є надання пріоритету матеріалам, що викликають найбільше взаємодій, оскільки платформи зацікавлені у збільшенні активності користувачів і часу, проведеного на платформі.

Це дає змогу маніпулювати тим, який контент стане більш видимим і доступним для користувачів. Наприклад, якщо певний політичний меседж або точка зору отримує багато взаємодій, цей контент автоматично підвищує свою видимість, навіть якщо його зміст є спірним або однобічним. Така система може створювати враження, що певні ідеї чи погляди мають широку підтримку, навіть якщо насправді їх підтримує лише обмежена група людей. У контексті зовнішньої політики це може використовуватися для просування певних політичних позицій чи стратегій, підсилюючи видимість підтримки або дискусії навколо певних питань на міжнародній арені.

Відповідно, маніпулюючи алгоритмами, можна активно впливати на політичні наративи та сприйняття подій. Наприклад, соціальні медіа можуть використовувати алгоритми для посилення або зменшення видимості політичних кампаній, чого особливо важливо в умовах виборчого процесу або геополітичних конфліктів.

3. Використання емоційних аспектів: Контент, що викликає сильні емоційні реакції у користувачів, має більше шансів стати популярним на соціальних платформах. Цей фактор є важливим для маніпулювання громадською думкою, оскільки емоційно заряджена інформація стимулює користувачів до активних дій, таких як репости, коментарі або лайки. Емоційна реакція може бути як позитивною (наприклад, гордість, підтримка), так і негативною (страх, обурення, гнів), і обидва типи емоцій можуть бути використані для досягнення політичних чи соціальних цілей.

У контексті зовнішньої політики США емоційний контент може бути стратегічно використаний для формування громадської думки щодо певних міжнародних подій чи політичних рішень. Наприклад, в умовах військового конфлікту або гуманітарної кризи соціальні мережі можуть активно розповсюджувати емоційно заряджені матеріали, що формують сприйняття подій як позитивних чи негативних. Така маніпуляція дозволяє змінювати ставлення громадськості до конфлікту, підтримуючи або критикуючи певні уряди, країни чи міжнародні організації на основі емоцій, а не на основі раціонального аналізу.

Приміром, під час війни в Україні, США використовували емоційно забарвлені матеріали для мобілізації міжнародної підтримки та допомоги, одночасно сприяючи формуванню негативного іміджу Росії, що дозволяло зміцнити антиросійську коаліцію в міжнародному просторі. Такий підхід демонструє, як емоції можуть бути використані для формування громадської думки і навіть для мобілізації ресурсів у міжнародній політиці.

4. Фейки та дезінформація: Легкість поширення інформації через соціальні мережі створює значні можливості для маніпуляцій через фейки та дезінформацію. Завдяки швидкості поширення контенту, навіть неправдиві новини можуть швидко стати вірусними і досягнути великої аудиторії, перед тим, як будуть спростовані або оприлюднені факти. Інформація, яка сприймається як правдива, може значно впливати на громадську думку, особливо в країнах з низьким рівнем медіа-грамотності або в умовах політичної нестабільності.

Маніпуляція через фейки є особливо небезпечною у міжнародному контексті, оскільки може бути використана для підриву довіри до урядів, поширення страху, або навіть для створення конфліктів між країнами. Наприклад, під час виборчих кампаній або геополітичних криз, фейкові новини можуть бути використані для дискредитації опонентів, поширення неправдивої інформації про зовнішні події або втручання в політичні процеси інших країн.

Це також створює загрози для міжнародних відносин, коли країни стають об'єктами інформаційних атак.

Особливо гостро питання фейків постає в умовах війн, де дезінформація активно використовується для досягнення стратегічних цілей, підриву стабільності, маніпулювання міжнародною громадською думкою і введення в оману державних лідерів. США, як і інші держави, активно протидіють дезінформаційним кампаніям, що можуть впливати на їх міжнародну політику та відносини з іншими державами.

5. Вплив на вибори та політичні процеси в інших країнах. Одним з більш дискусійних аспектів використання соціальних мереж є їх вплив на виборчі процеси та політичні рішення в інших країнах. США активно задіюють соціальні мережі для підтримки демократичних рухів і протестних організацій, що інколи викликає питання про політичну інтервенцію в суверенні держави. Соціальні мережі використовуються для мобілізації виборців, підтримки політичних кампаній і навіть для протидії авторитарним режимам.

З іншого боку, на таких платформах також можуть виникати дезінформаційні кампанії, які спрямовані на послаблення політичних супротивників США або вплив на результат виборів у країнах, що є стратегічно важливими для американської зовнішньої політики⁴⁸.

6. Реакція на кризові ситуації та непередбачувані події. Соціальні мережі стали невід'ємним інструментом у реагуванні на кризові ситуації, природні катастрофи, терористичні акти та інші непередбачувані події, які можуть мати широкий міжнародний резонанс. В умовах глобалізації і швидкості обміну інформацією ці платформи дозволяють миттєво довести до відома світової спільноти офіційну позицію США, забезпечити оперативну комунікацію між урядами, гуманітарними організаціями, волонтерами та громадськістю, що є критично важливим для ефективної реакції на події.

⁴⁸ Дністрянський М. Зовнішня геополітика великих держав: порівняльний аналіз інтересів, векторів та конкретних результатів. *Вісник Львівського університету. Серія : Географічна*. 2013. №. 42. С. 112-120.

Соціальні мережі надають можливість швидко поширювати інформацію про допомогу, організовувати кампанії збору коштів і залучати добровольців, що істотно прискорює надання гуманітарної допомоги постраждалим. Наприклад, після великих природних катастроф, таких як землетруси чи повені, соціальні мережі стають важливими каналами для мобілізації ресурсів, координації міжнародної допомоги та висвітлення потреб постраждалих районів. У таких умовах медіа платформи дозволяють урядам США, міжнародним організаціям і приватним особам швидко зібрати кошти та матеріальні ресурси, а також надати медичну чи технічну підтримку.

У випадку військових конфліктів чи геополітичних криз соціальні мережі забезпечують можливість миттєвого реагування, що особливо важливо для країни, яка прагне активно впливати на міжнародну політику та формувати громадську думку. Вони дають можливість США швидко донести до світової спільноти свою позицію, координувати дипломатичні дії, а також виступати з ініціативами щодо надання допомоги та введення санкцій проти агресорів або порушників міжнародного порядку. Зокрема, під час війни в Україні соціальні мережі стали основними каналами для висловлення підтримки українському народу, інформування громадськості про обсяг військової та гуманітарної допомоги, а також для мобілізації міжнародної спільноти в боротьбі з російською агресією.

Соціальні мережі дозволяють оперативно реагувати не лише на зовнішні загрози, але й на внутрішні кризові ситуації, забезпечуючи прозорість дій урядів і збереження зв'язку з населенням в умовах політичної чи соціальної нестабільності. Це в свою чергу сприяє збереженню міжнародної підтримки та демонструє здатність держави діяти в умовах глобальних викликів, що підвищує її авторитет на світовій арені.

7. Перспективи та виклики використання соціальних мереж у зовнішній політиці США. На сьогодні соціальні мережі стали важливим інструментом публічної дипломатії, однак вони також несуть низку викликів. Зокрема, поширення фейкових новин, маніпуляцій і дезінформації може

серйозно підривати довіру до зовнішньої політики США і навіть ставити під сумнів ефективність міжнародної комунікації⁴⁹. У свою чергу, ці виклики вимагають постійної адаптації стратегії медіа-комунікації, пошуку нових підходів до боротьби з інформаційними загрозами та підтримки етичних стандартів у використанні соціальних мереж.

Серед перспектив можна відзначити розвиток нових цифрових інструментів для вдосконалення зовнішньої політики через соціальні мережі, зокрема, можливість застосування більш інтерактивних та персоналізованих комунікаційних стратегій⁵⁰. Це дозволить досягати більш точного і персоналізованого впливу на окремі групи аудиторії, враховуючи їх інтереси та соціокультурні особливості.

8. Перехід до цифрової дипломатії. В епоху цифрових технологій соціальні мережі стали не лише додатковими інструментами, а й основними каналами для реалізації зовнішньої політики США. Перехід до цифрової дипломатії дозволяє Сполученим Штатам взаємодіяти з глобальними акторами безпосередньо, швидко та ефективно. Це включає активне використання таких платформ, як Twitter, Facebook, YouTube, та TikTok, які дозволяють американському уряду вести оперативні комунікації з міжнародною аудиторією, підтримувати демократію, захищати права людини та забезпечувати глобальну безпеку. За допомогою цифрових каналів можна швидко реагувати на глобальні виклики, проводити інформаційні кампанії, посилювати імідж країни як лідера демократичних цінностей, а також реалізовувати нові стратегії для просування своїх національних інтересів. У цьому контексті, цифрова дипломатія стає важливим інструментом для посилення зовнішньополітичного впливу США та адаптації до сучасних геополітичних умов.

⁴⁹ Курандо О. С. Велика стратегія США у архітектурі міжнародної безпеки на початку XXI ст. *Modern scientific research*. Proceeding of XVII International scientific conference (March 23, 2018. Morrisville, USA). Morrisville: Universum (2018): 192-194.

⁵⁰ Комунікація як основа соціальних перетворень (у контексті становлення постмодерного суспільства) : монографія. Д. : Інновація, 2009. 316 с.

9. Підвищення прозорості та доступності. Однією з основних переваг цифрової дипломатії є можливість підвищення прозорості зовнішньої політики, що дозволяє урядам країн, зокрема США, більш відкрито та оперативно презентувати свої рішення, стратегії та ініціативи. В епоху цифрових технологій соціальні мережі стали важливим інструментом для публічного обміну інформацією, що дозволяє урядам комунікувати з громадянами та міжнародною спільнотою безпосередньо, без проміжних ланок. Це сприяє формуванню чітких та зрозумілих відносин між урядом і його громадянами, а також покращує міжнародне сприйняття політики країни.

Прозорість, яку забезпечують цифрові платформи, є важливою складовою сучасної міжнародної комунікації, оскільки вона дозволяє зменшити рівень недовіри між державами та їхніми громадянами. У часи глобальних змін і викликів, таких як економічні кризи, військові конфлікти або зміни клімату, доступність до точної та актуальної інформації про політичні кроки урядів є надзвичайно важливою. Коли громадяни мають можливість безпосередньо отримувати офіційні повідомлення від урядів, це допомагає краще орієнтуватися в поточних процесах та приймати обґрунтовані рішення.

Особливо важливою прозорість стає в умовах криз, таких як природні катастрофи, війни чи пандемії, де прийняття рішень може мати значний вплив на життя громадян. У таких ситуаціях прозорість інформації дозволяє забезпечити кращу координацію між урядами, міжнародними організаціями та іншими глобальними акторами. Наприклад, під час пандемії COVID-19, уряди по всьому світу активно використовували соціальні мережі для того, щоб своєчасно надавати інформацію про заходи безпеки, карантинні обмеження та програми підтримки. Такий підхід дозволяє уникнути дезінформації, маніпуляцій і фейкових новин, що часто поширюються в умовах невизначеності, знижуючи ризики для громадян.

Прозорість також є важливим елементом у міжнародних відносинах. Країни, що практикують відкритість у своїх діях, здатні залучати більше довіри з боку інших держав та міжнародних організацій. Прозорість в зовнішній

політиці дозволяє США, наприклад, чітко ідентифікувати свої інтереси та цілі на міжнародній арені, що сприяє побудові більш передбачуваних і стабільних відносин з іншими країнами. Оперативне поширення документів, заяв та офіційних позицій через соціальні мережі допомагає формувати міжнародний імідж країни як надійного партнера, що є особливо важливим у контексті конкурентних міжнародних відносин.

У той же час прозорість сприяє зміцненню демократичних процесів всередині країни. Коли громадяни мають можливість безпосередньо стежити за політичними кроками уряду, вони можуть більш активно брати участь у громадських дискусіях і висловлювати свою думку щодо того чи іншого питання. Це допомагає формувати більш відкриту та інклюзивну політичну атмосферу, в якій громадяни відчують себе частиною процесу прийняття рішень.

Загалом, цифрова дипломатія та підвищення прозорості через соціальні мережі мають потужний потенціал для формування більш відкритого та відповідального урядування, що здатне підтримувати довіру громадян і міжнародної спільноти. Це також дозволяє краще реагувати на глобальні виклики, забезпечуючи належну координацію та підтримку в складних ситуаціях. Етичні аспекти та регулювання цифрової дипломатії. Враховуючи потужний вплив соціальних мереж на міжнародну політику, важливим є розгляд етичних аспектів їх використання. Використання фейкових новин, маніпуляцій або втручання в політичні процеси в інших країнах викликає численні питання щодо етики⁵¹. Справедливість і прозорість в інформаційних кампаніях мають бути невід'ємною частиною цифрової дипломатії, а країни повинні працювати над встановленням міжнародних стандартів щодо регулювання інформаційного простору в онлайн-середовищі.

⁵¹ Погоріла Н. Концептуальний вимір зовнішньої політики США. *Вісник Київського національного університету імені Т. Шевченка*. Серія: Міжнародні відносини". 2016. Вип. 1 (44/45). С. 33 – 36.

Відомим прикладом ефективного використання соціальних мереж у зовнішній політиці США став період «Арабської весни», коли через соціальні платформи здійснювалася підтримка протестних рухів на Близькому Сході⁵². Крім того, активна присутність американських посольств у соціальних мережах дозволяє вести діалог з громадянами іноземних держав у реальному часі, обходячи офіційні канали урядової комунікації. Це дозволяє не лише оперативно реагувати на події, але й безпосередньо впливати на громадську думку в різних країнах.

Особливе значення соціальні медіа набули у період президентства Д. Трампа. Саме він першим із світових лідерів почав систематично використовувати Twitter як головну платформу для прямої комунікації з міжнародною аудиторією, дипломатами, журналістами, політичними опонентами. Такий підхід змінив звичну логіку медіа-посередництва, дозволивши створювати зовнішньополітичні заяви в режимі реального часу. Наприклад, за допомогою твітів Д. Трамп неодноразово формулював позицію США щодо Північної Кореї, Ірану, НАТО та торговельних відносин із Китаєм. Водночас така стратегія мала як позитивні (оперативність, охоплення), так і ризикові аспекти – непередбачуваність, дипломатичні конфлікти, дезорієнтація партнерів.

У період правління Джо Байдена цифрова дипломатія стала більш структурованою та інституціоналізованою. Державний департамент США активно використовує Twitter, Facebook, YouTube для публічної комунікації, демонструючи прозорість дій, оперативність реакцій, підтримку глобальних ініціатив (боротьба зі змінами клімату, права людини, міжнародна безпека). Ці платформи також використовуються для пояснення рішень Конгресу щодо військової допомоги, санкційної політики чи участі у глобальних організаціях.

Окрему увагу варто приділити ролі соціальних мереж у висвітленні війни Росії проти України. Із початку повномасштабного вторгнення у 2022 році

⁵² Тищенко-Тишковець О. М. Публічна дипломатія у системі зовнішньої політики : автореф. дис. ... канд. політ. наук : 23.00.03 / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевчен ка. К., 2011. 20 с.

урядові структури США, посольства, конгресмени, а також провідні медіа-організації активно використовують цифрові канали для формування чіткої антиросійської позиції, просування меседжів підтримки України та делегітимації агресора. Платформи Twitter та TikTok стали ареною як для дипломатичних заяв, так і для візуального супроводу війни – відео зруйнованих міст, кадри з місця бойових дій, гуманітарні історії. Це дозволило США не лише інформувати, а й формувати емоційний фон глобального сприйняття конфлікту.

Соціальні мережі стали також інструментом контрпропаганди. У відповідь на інформаційні атаки з боку Росії, КНР та інших авторитарних режимів, США впроваджують програми фактчекінгу, викриття фейкових новин, блокування бот-мереж, співпрацюють із технологічними компаніями (Meta, X/Twitter, Google) для підвищення інформаційної безпеки. Важливо зазначити, що соціальні медіа дозволяють також поширювати позитивний імідж США як держави, яка стоїть на захисті демократії, прав людини та свободи слова.

Соціальні мережі є також простором боротьби за молодіжну аудиторію в усьому світі. США розробляють окремі комунікаційні стратегії для TikTok, Instagram, YouTube Shorts, що орієнтовані на залучення уваги покоління Z – майбутніх еліт та лідерів громадської думки в різних країнах. Зокрема, заохочуються блогери, експерти, дипломати, що створюють англомовний та багатомовний контент, пояснюючи політику США доступною мовою, у форматі сторітелінгу, відеоблогів або інфографіки.

Проте, як показує практика, ефективність соціальних мереж у зовнішній політиці залежить не лише від кількості публікацій, а від здатності формувати довіру. Різке зростання обсягів дезінформації, маніпуляцій, психологічних операцій (особливо у військовий час) вимагає від США виваженої та етичної медіа-стратегії. Цифрова дипломатія більше не є факультативом, а стала частиною великої гри за вплив у світі.

Отже, значення соціальних мереж у зовнішній політиці США полягає у їхній здатності здійснювати прямий, масовий, миттєвий і емоційний вплив на міжнародну аудиторію. Вони забезпечують нові можливості для побудови

альянсів, просування демократичних цінностей, реагування на загрози та підтримки глобального порядку. Водночас їх використання вимагає нових стандартів інформаційної безпеки, прозорості та відповідальності, оскільки в умовах війни та гібридних загроз саме медіаплатформи стають аренами сучасної боротьби за домінування у світі ідей та смислів.

3.3. Критика та маніпуляції у висвітленні зовнішньої політики США: внутрішні та міжнародні аспекти

У науковому дискурсі питання критики та маніпуляцій у висвітленні зовнішньої політики США займають важливе місце в дослідженнях міжнародної комунікації, пропаганди та інформаційних стратегій.⁵³ Внутрішньополітичні й міжнародні процеси тісно переплітаються з особливостями функціонування американських мас-медіа, що, в свою чергу, виступають як потужний інструмент для просування певних ідей, інтерпретацій подій і легітимації рішень у сфері зовнішньої політики.

На внутрішньому рівні ЗМІ США виконують важливу роль у формуванні громадської думки та політичних настроїв населення, активно взаємодіючи з урядовими інститутами. Преса, телебачення, радіо, а нині й цифрові платформи активно впливають на сприйняття зовнішньої політики США, що особливо важливо в умовах політичної поляризації. В американських медіа існує чітке поділення на «ліві» та «праві» інформаційні канали, що в свою чергу веде до значної варіативності в подачі міжнародної інформації, залежно від ідеологічної орієнтації конкретного медіа-ресурсу.

Мас-медіа часто використовують маніпулятивні стратегії, спрямовані на формування певного наративу щодо зовнішньої політики США. Це може бути досягнуто через такі техніки, як вибіркове представлення фактів, акцентування на емоційних складових подій, упереджене висвітлення критичних оцінок або

⁵³ Сполучені Штати Америки у сучасному світі: політика, економіка, право, суспільство. *Збірник матеріалів II міжнародної науково-практичної конференції (15 травня 2015 р., м. Львів)*. Ч. 2. Львів, 2015. 833 с.

замовчування альтернативних точок зору. Наприклад, при висвітленні військових операцій чи дипломатичних ініціатив, медіа можуть демонструвати лише один бік події, що сприяє створенню позитивного образу США як «рятівника», навіть якщо ці дії супроводжуються значними міжнародними суперечками чи навіть порушеннями міжнародного права.

Прикладом цього є інформаційне висвітлення операцій США в Іраку (2003), Афганістані (2001) та Лівії (2011), де американські медіа активно використовували риторику про «місії з захисту демократії» та «боротьбу з тероризмом», не зважаючи на юридичні та моральні аспекти втручання.⁵⁴ В таких випадках часто спостерігається маніпуляція громадською свідомістю, що забезпечує підтримку урядових ініціатив навіть в умовах внутрішніх та міжнародних суперечок.

На міжнародному рівні зовнішня політика США та її висвітлення також є об'єктом маніпуляцій і має на меті не лише інформування, а й вплив на думки та ставлення інших країн. Зокрема, США активно використовують інструменти «м'якої сили», такі як популяризація демократичних цінностей, захист прав людини, ринкової економіки та інші ідеали, що часто є важливими елементами американської зовнішньої пропаганди⁵⁵. Однак на практиці ці кампанії часто супроводжуються вибіркоvim або упередженим висвітленням міжнародних подій, що призводить до створення образу США як морального авторитету, який одночасно може й не звертати увагу на певні порушення прав людини в інших країнах, якщо це суперечить їхнім інтересам.

Зокрема, це проявляється у висвітленні політичних режимів, які США вважають «недемократичними» або «тоталітарними». Протягом останніх десятиліть американські медіа часто здійснюють інформаційні кампанії, спрямовані на дискредитацію таких режимів, що може включати подання

⁵⁴ Гончар Б. М. Концепція американського світового лідерства у зовнішній політиці Б. Обама. США і світ: XXI століття. Колективна монографія пам'яті Є. Камінського. Київ: «Центр вільної преси», 2012.

⁵⁵ Рижков. М. М. Стратегії зовнішньої політики США: від стримування до глобальної демократизації. *Зовнішня та безпекова політика США: аналітичні дослідження*. Київ: Центр вільної преси, 2016. С. 9-118.

односторонньої інформації про політичні та соціальні процеси в цих країнах. Водночас, під час висвітлення власних політичних або військових дій, медіа в США часто застосовують стратегії, які сприяють створенню позитивного образу своїх рішень, навіть якщо вони суперечать міжнародним нормам.⁵⁶

Водночас, медіа в США демонструють значні зусилля щодо створення позитивного образу власних політичних або військових дій. У ситуаціях, коли США здійснюють інтервенції або війни за кордоном, медіа часто підкреслюють гуманітарні аспекти, такі як намагання захистити права людини, принести свободу або зупинити агресію. Однак, цей підхід не завжди відповідає реальній ситуації, і іноді таке висвітлення є намаганням оправдати дії, які можуть суперечити міжнародним нормам або навіть міжнародному праву.

Одним із важливих чинників у сучасних маніпуляціях через ЗМІ є розвиток нових технологій та медіа-форм. З поширенням соціальних мереж, стрімінгових платформ і альтернативних каналів комунікації, Сполучені Штати зіткнулися з новими викликами у глобальній інформаційній війні. Раніше домінуючи в інформаційному просторі, США тепер повинні адаптувати свої стратегії в умовах конкуренції з іншими державами та недержавними акторами, які активно використовують інтернет-простір для поширення альтернативних точок зору. Такі канали дають змогу не лише прямий доступ до інформації, але й створюють різноманітні наративи, які можуть значно відрізнятися від офіційних версій, що висвітлюються традиційними медіа. Це вимагає від американських медіа та урядових структур постійної адаптації своїх стратегій комунікації, зокрема шляхом інтеграції новітніх технологій для моніторингу та впливу на глобальні медіа-платформи.

Технологічні інновації також змінюють ландшафт міжнародної комунікації, оскільки нові медіа відкривають альтернативні способи вираження ідей і думок, що раніше були недоступні через традиційні канали. Створення

⁵⁶ Розумна О. Культурна дипломатія України: стан, проблеми, перспективи (аналітична доповідь). *Політика культурної дипломатії: стратегічні пріоритети для України*: зб. наук.-експерт. матеріалів / за заг. ред. О.П. Розумної, Т.В. Черненко. Київ: НІСД, 2016. 92 с

цифрових платформ для прямої взаємодії з громадськістю стало необхідним елементом для формування громадської думки в глобальному масштабі. Водночас це вимагає від урядів США постійного контролю над інформаційними потоками, зокрема через онлайн-аналіз настроїв і тенденцій, щоб ефективно реагувати на глобальні виклики та маніпуляції інформацією, що можуть походити з інших країн.

Враховуючи високий рівень доступності та популярності нових медіа, конкуренція за увагу глобальної аудиторії стає дедалі жорсткішою. Традиційні медіа, такі як телебачення та друковані видання, вже не є єдиними каналами впливу. В результаті, американські урядові інституції і ЗМІ змушені шукати нові підходи для формування іміджу США в умовах постійної боротьби за інформаційну перевагу. У цьому контексті важливою складовою є взаємодія з онлайн-платформами, в тому числі через проведення інформаційних кампаній, які можуть змінювати сприйняття подій в усьому світі.

Однією з основних концепцій, що визначає зовнішню політику США, є ідеологія «морального прагматизму», яка передбачає, що США є носієм моральних цінностей і відповідно їх політика має бути спрямована на просування цих цінностей у світі. Це відображається в прагненні США поширювати демократичні принципи та інститутів, навіть у ситуаціях, де такі інтервенції можуть суперечити інтересам інших країн або міжнародному праву⁵⁷. У такий спосіб американська зовнішня політика часто ставить під сумнів об'єктивність і нейтральність інформації, що транслюється у ЗМІ, адже дії США часто виправдовуються як необхідні для глобальної стабільності, навіть коли вони порушують основні норми міжнародного права.

Фактично, сучасна роль медіа у зовнішній політиці США не обмежується лише інформуванням, а включає активну роль у формуванні образів та маніпулюванні громадською думкою як усередині країни, так і за її межами.

⁵⁷ Дубов Д. В. Публічна дипломатія США в добу Холодної війни. Як США завойовували «серця і розум людей» (у дзеркалі розсекречених документів ЦРУ) : аналіт. доп. Київ : НІСД, 2020. 164 с.

Медіа стали невід'ємним інструментом для досягнення стратегічних цілей і просування національних інтересів, що вимагає постійного вдосконалення технологій і методів їх використання.

З огляду на це, процес висвітлення зовнішньої політики США є багатовимірним і складним, у якому критика та маніпуляція медіа та інформаційними стратегіями займають важливе місце. Це, в свою чергу, впливає як на внутрішнє сприйняття зовнішньої політики, так і на міжнародні відносини та сприйняття США в світі.

ВИСНОВКИ

У ході дослідження було розглянуто важливість мас-медіа у формуванні зовнішньої політики США, а також їхню роль у просуванні зовнішньополітичних ініціатив, іміджу країни, використанні в кризових ситуаціях та міжнародних конфліктах, а також у контексті критики і маніпуляцій.

1. Мас-медіа як інструмент зовнішньої політики США. У процесі аналізу сучасної української та зарубіжної літератури визначено, що мас-медіа є не лише джерелом інформації, а й стратегічним ресурсом у реалізації зовнішньої політики США. Встановлено, що засоби масової інформації активно формують зовнішньополітичні наративи, здійснюють інформаційний вплив, легітимізують державну політику та виступають провідниками «м'якої сили».

2. Роль медіа у просуванні іміджу США на міжнародній арені. Мас-медіа стали основним каналом комунікації для просування демократичних цінностей, ідеалів свободи та прав людини, що є важливою частиною американського іміджу на міжнародній арені. Відображення глобальних подій та зовнішньополітичних ініціатив через медіа сприяє формуванню образу США як захисника цих цінностей.

3. Використання медіа у кризових ситуаціях та конфліктах. Мас-медіа активно використовувалися в кризових ситуаціях, таких як Карибська криза та війна у В'єтнамі. Через медіа уряд США зміг комунікувати зі світовою спільнотою, висвітлюючи свої позиції, що сприяло впливу на громадську думку і міжнародну підтримку. Такі ситуації продемонстрували значення медіа як каналу для стратегічної комунікації в періоди глобальних конфліктів.

4. Маніпуляції та критика в медіа. Виявлено, що мас-медіа активно використовуються для управління критикою та маніпуляціями в контексті висвітлення зовнішньополітичних подій США. Вони служать інструментом цифрової дипломатії, де соціальні мережі (Twitter, Facebook, YouTube) стали важливими каналами комунікації для реалізації державної політики в реальному часі. Разом з тим, були виокремлені основні виклики, зокрема проблема

дезінформації та маніпуляцій, а також необхідність боротьби з інформаційними атаками в умовах гібридної війни.

5. Важливість медіа у сучасній зовнішній політиці. Медіа стали невід'ємною частиною не лише комунікаційної стратегії США, а й важливим інструментом у зовнішній політиці. Вони здатні впливати на міжнародні відносини та формування стратегії США, оскільки можуть змінювати громадську думку, сприяти чи перешкоджати реалізації зовнішньополітичних ініціатив.

Загалом, мас-медіа в сучасному світі є потужним інструментом не лише для інформування громадськості, а й для формування іміджу та стратегії держави. Вони сприяють поширенню ідеологічних послань, впливають на міжнародні відносини і можуть змінювати хід міжнародних подій, а також виступати важливим елементом у політичних маніпуляціях та критичних ситуаціях.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. «Активні заходи» СРСР проти США: пролог до гібридної війни: аналіт. доп. / Д. В. Дубов, А. В. Баровська, Т. О. Ісакова, І. О. Коваль, В. П. Горбулін; за заг. ред. Д. В. Дубова. 2-ге вид. Київ : НІСД, 2017. 52 с
2. Антонюк О. В. Сучасний стан стратегії просування бренда держави в Україні. *Економіка та держава*. 2011. № 8. С. 64–67.
3. Бутенко Н. Ю. Соціальна психологія в рекламі: навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2006. 384 с.
4. Бондаренко В. Д. Сучасний огляд на геополітичний трикутник Китай-Іран-Росія у контексті контрбалансу сили США у регіоні Близького Сходу. *Політикус*. 2023. № 4. С. 113-120.
5. Гавриленко І. І. Геополітичний вимір публічної дипломатії США. *Міжнародні відносини. Серія «Політичні науки»*. 2014. № 3. С. 21-27.
6. Газін В. П., Копилов С. А. Новітня історія країн Європи та Америки (1945-2002 роки) : навч. посіб. Київ : Либідь, 2004. 624 с.
7. Гладка Є. Р. Зовнішня політика Дональда Трампа. *Європейський вектор*. Editorial Board, 2021. 517 с.
8. Годлевський М. «М'яка сила» як засіб зовнішньої політики США за адміністрації Барака Обами. *Вісник Київського національного університету імені Т. Шевченка. Серія «Історія»*. 2014. Вип. 2. (120). С.14 - 17.
9. Гончар Б. М. Концепція американського світового лідерства у зовнішній політиці Б. Обами. *США і світ: ХХІ століття*. Колективна монографія пам'яті Є. Камінського. Київ : «Центр вільної преси», 2012.
10. Городня Н. Еволюція політики США в Південно-Східній Азії в постбіполярний період. *Проблеми міжнародних відносин*. 2011. № 2. С. 89–105.
11. Дністрянський М. Зовнішня геополітика великих держав: порівняльний аналіз інтересів, векторів та конкретних результатів. *Вісник Львівського університету. Серія : Географічна*. 2013. №. 42. С. 112-120.

12. Дубов Д. В. Публічна дипломатія США в добу Холодної війни. Як США завойовували «серця і розум людей» (у дзеркалі розсекречених документів ЦРУ) : аналіт. доп. Київ : НІСД, 2020. 164 с.
13. Дудко І. Д. Інституційне й управлінське забезпечення зовнішньополітичної стратегії США в умовах постбіполярності. Київ : КНЕУ, 2007. 144 с.
14. Зернецька О. В. З історії глобальної комунікації. Глобальна комунікація: монографія. Київ. Наукова думка. 2017. С. 9-33.
15. Калініченко Б. М. Роль громадянського суспільства у процесі демократичного транзиту в Україні і Польщі. *Вісник Донецького національного університету імені Василя Стуса. Серія політичні науки*. 2024. № 9. С. 40-44.
16. Камінський Є. Є. Світ переможців і переможених. *Міжнародні відносини і українська перспектива на початку ХХІ століття*. Київ : Центр вільної преси, 2008. 336 с.
17. Камінський Є. Є. Україна в зовнішньополітичних доктринах США. *Українська державність*. Київ : Політична думка, 1996. № 6. С. 253–270.
18. Качинська Н. А. Формування та реалізація іміджевої стратегії держав в умовах глобалізаційних змін. *Політичний менеджмент*. 2010. № 1. С. 163–169. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Sup/2010_21/Rozdil_2/10_Kachynska.pdf.
19. Качинська Н. О. Політичний імідж держави: структурні та комунікаційні компоненти феномену. *Віче*. 2009. URL: <https://veche.kiev.ua/journal/1738>
20. Козир М. А. Роль міжнародних організацій у системі забезпечення міжнародної інформаційної безпеки. Полтава : Національний університет імені Юрія Кондратюка, 2024. 124 с. URL: <https://reposit.nuppu.edu.ua/handle/PoltNTU/15131>
21. Комунікація як основа соціальних перетворень (у контексті становлення постмодерного суспільства) : монографія. Дніпро : Інновація, 2009. 316 с.

22. Конспект лекцій з дисципліни «Зовнішня політика США» для здобувачів вищої освіти спеціальності 291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії» IV курсу VII семестру денної форми навчання / укл.: Чістякова І. М., Білоусов О. С., Яковлев І. В., Татакі Д. Д. Одеса: ДУ ОП, 2021. 107 с.
23. Коцюба В. В. Медіа дипломатія в зовнішньополітичних стратегіях держави. Луцьк, 2024. 272 с.
24. Курандо О. С. Велика стратегія США у архітектурі міжнародної безпеки на початку XXI ст. *Modern scientific research. Proceeding of XVII International scientific conference* (March 23, 2018. Morrisville, USA). Morrisville: Universum (2018): 192-194.
25. Маркус А. О. Мас-медіа як фактор формування культурних пріоритетів суспільства. *Bachelor's Thesis*. Луцьк: Волинський національний університет імені Лесі Українки. 2024. 46 с.
26. Матвійчук Н. В., Макарчук Б. Р. Діджиталізація публічної дипломатії Сполучених Штатів Америки за президентства Дональда Трампа. *Політичне життя. Політичні проблеми міжнародних систем та глобального розвитку*. 2021. № 2. С. 130.
27. Мединська Т. І. У статусі світового лідера. США в сучасних процесах глобалізації: виклики та наслідки. *Політика і час*. 2005. № 3. С. 67–74.
28. Мицик Л. М., Кузьменко Ю. В. Новітня історія країн Європи та Америки (1918-2007): навч. посіб. Київ : Академвидав, 2008. 544 с.
29. Міжнародні відносини та світова політика : підручник / В. А. Манжола, В. Ю. Крушинський, С. П. Галака та ін. Київ : Знання, 2014. 662 с.
30. Москвич О. Медіа-реальність як сучасний соціокультурний простір. *Соціологічні студії*. 2014. № 2 (5). С. 52–56.
31. Москвич О. Феноменологія сучасної медіареальності: експлікація понять. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Серія «Філософські науки»*, 2014. №18 (295). С. 68–73.

32. Пастернак А. В. Державна політика у сфері інформаційної безпеки. Івано-Франківськ, 2024. 91 с.
33. Піпченко Н. О. Соціальний конструкт міжнародних відносин та зовнішньополітичної діяльності. *Регіональні стратегії США і Європи: зовнішньополітичний і безпековий вимір*. Київ : Центр вільної преси, 2016. С. 56-80.
34. Погоріла Н. Концептуальний вимір зовнішньої політики США. *Вісник Київського національного університету імені Т. Шевченка. Серія «Міжнародні відносини»*. 2016. Вип. 1 (44/45). С.33 - 36.
35. Політична наука. Словник. Категорії, поняття і терміни / [за ред. Б. Кухти]. Львів: Вид-во «Кальварія», 2003. 500 с.
36. Почепцов Г. Г. Стратегічні комунікації: стратегічні комунікації в політиці, бізнесі та державному управлінні. Київ : Альтерпрес, 2008. 216 с.
37. Регіональні стратегії США і Європи: зовнішньополітичний і безпековий вимір. Монографія. Київ : Центр вільної преси, 2016. 528 с.
38. Ржевська Н. Ф. Нові вимоги до зовнішньополітичної стратегії Барака Обама: точки зору експертів. *Нова парадигма*. 2013. Вип. 115. С. 142-150.
39. Ржевська Н. Ф. Стратегічне прогнозування зовнішньої політики: теоретичний дискурс. *Регіональні стратегії США і Європи: зовнішньополітичний і безпековий вимір*. Київ : Центр вільної преси, 2016. С. 14-33.
40. Рибченко Т. О. Послідовність зовнішньої політики Б. Обама в умовах глобальної економічної кризи. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2010. Вип. 93 (1). С. 150-157.
41. Рижков. М. М. Стратегії зовнішньої політики США: від стримування до глобальної демократизації. *Зовнішня та безпекова політика США: аналітичні дослідження*. Київ : Центр вільної преси, 2016. С. 9-118.
42. Розумна О. Культурна дипломатія України: стан, проблеми, перспективи (аналітична доповідь). *Політика культурної дипломатії:*

стратегічні пріоритети для України: зб. наук.-експерт. матеріалів / за заг. ред. О.П. Розумної, Т.В. Черненко. Київ : НІСД, 2016. 92 с

43. Сидоркевич А. Д. Інформаційна політика США в сучасних міжнародних відносинах. *Національний авіаційний університет*. Київ, 2023. 77 с.

44. Смолянчук В. Ф. Незамінний елемент державно могутності. Військовополітичні орієнтири 43-го президента США. *Політика і час*. 2001. № 4. С. 16–24.

45. *Сполучені Штати Америки у сучасному світі: політика, економіка, право, суспільство*. Збірник матеріалів II міжнародної науково-практичної конференції (15 травня 2015 р., м. Львів). Ч. 2. Львів, 2015. 833 с.

46. Тищенко-Тишковець О. М. Публічна дипломатія у системі зовнішньої політики : автореф. дис. ... канд. політ. наук : 23.00.03 / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. К., 2011. 20 с.

47. Ткаченко О. Г., Сидоренко О. П., Дудченко Л. М. Регіональний сегмент у новинному контенті центрального телебачення України. *Образ*. 2021. Вип. 1 (35). С. 114-121. DOI: [https://doi.org/10.21272/Obraz.2021.1\(35\)-114-121](https://doi.org/10.21272/Obraz.2021.1(35)-114-121)

48. Федорів Т. «Репутація країни» та «державний брендінг» як категорії науки державного управління. *Державне управління та місцеве самоврядування: зб. нак. пр. / Дніпр. ін-т держ. упр. Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. Дніпро, 2011. Вип. 2(9). С. 6.*

49. Шевчук О. В. Зовнішньополітичні пріоритети адміністрації Б. Обама. *Наукові праці [Чорноморського державного університету імені Петра Могили]*. Сер. : Політологія. 2013. Т. 212, Вип. 200. С. 9–13.

50. Шевчук О. В. Зовнішньополітичні пріоритети США напередодні президентських виборів 2016 р., *Американська історія та політика*. 2016. Вип. 1. С. 192-198.

51. Шевчук О. В. Позиціонування США на міжнародній арені за президентства Д. Трампа: глобальний та регіональний виміри. *Американська історія та політика*. 2017. Вип. 4. С. 76-84.

52. Шерман О. М. Політичний стереотип: місце в політичному процесі та технології формування засобами масової інформації. Львів: Сполом, 2008. 228 с.
53. Юрченко С.В. На шляху до світового лідерства: геостратегія США 1941- 1963 рр. Севастополь: Вид-во «Флот України», 2000. 295 с.
54. Яковенко Н. Пріоритети міжнародно-політичної діяльності США в стратегіях національної безпеки. *Американська історія та політика*. 2016. Вип. 2. С. 38-47. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ahp_2016_2_7.
55. Borys D., Materynska, O. Poreionymic backronyms: Ambit, formation, and diversity. *Lege artis. Language yesterday, today, tomorrow. The journal of University of SS Cyril and Methodius in Trnava*. Trnava : University of SS Cyril and Methodius in Trnava. 2020. Vol. 5. Issue 2. P. 2–52. URL: https://lartis.sk/wp-content/uploads/2020/11/BorysMaterynska_Issue-2_2020.pdf
56. Fawzi N., Steindl N., Obermaier M., Prochazka F., Arlt D., Blöbaum B. [та ін.] Concepts, causes and consequences of trust in news media – a literature review and framework. *Annals of the International Communication Association*. 2021. Vol. 45, № 2. P. 154–174.
57. Kubin E., Von Sikorski C. The role of (social) media in political polarization: a systematic review. *Annals of the International Communication Association*. 2021. Vol. 45, № 3. P. 188–206.
58. Manor I., Huang Z. A. Digitalization of public diplomacy: Concepts, trends, and challenges. *Communication and the Public*. 2022. Vol. 7, № 4. P. 167–175.
59. Materynska O. Das anthropomorphe Bild des Krieges in den Deutschen und Ukrainischen Massenmedien. *Lingua Montenegrina*. 2019. Vol. 24. P. 153–167. URL: <http://www.fcjk.me/lingua-montenegrina>
60. Woolhandler S., Himmelstein D. U., Ahmed S., Bailey Z., Bassett M. T., Bird M. [та ін.] Public policy and health in the Trump era. *The Lancet*. 2021. Vol. 397, № 10275. P. 705–753.