

<https://doi.org/10.15407/np.61.140>  
УДК 07:004.738.5:004.65:[342.511:17.022.1–047.44]

**Світлана Польовик,**

кандидат наук із соціальних комунікацій, завідувачка відділу,  
Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського  
Голосіївський просп., 3, Київ, 03039, Україна  
e-mail: [spolevik1968@gmail.com](mailto:spolevik1968@gmail.com)  
<https://orcid.org/0000-0002-5960-527X>

**Олена Макарова,**

молодший науковий співробітник,  
Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського  
Голосіївський просп., 3, Київ, 03039, Україна  
e-mail: [elenita.makarova@gmail.com](mailto:elenita.makarova@gmail.com)  
<https://orcid.org/0000-0002-1003-025X>

## **СВІТОВІ МЕДІА ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ПРЕЗИДЕНТІВ**

У статті на прикладі контент-аналізу матеріалів інформаційно-реферативного бюлетеня «Інститут президентства в зарубіжних ЗМІ», який продукує Фонд Президентів України, як структурний підрозділ Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського, визначено тематичні та оціночно-модальні характеристики інституту президентської влади через призму сприйняття зарубіжними інтернет-ЗМІ. Методологія дослідження ґрунтується на застосуванні методів абстрагування й синтезу, а також контент-аналізу текстової інформації та текстових масивів. Розкрито та проаналізовано особливості проблемно-тематичних характеристик іміджу президентів світовими медіа; виявлено оціночні особливості діяльності президентів на внутрішній і зовнішній політичній арені в проєкції на формування їхнього іміджу; охарактеризовано лідерів рейтингових показників щодо згадуваності міжнародними оглядачами; доповнено наявні теоретичні уявлення про особливості сучасних ЗМІ щодо формування іміджу президентів країн світу.

*Ключові слова:* інститут президентства, інформаційно-реферативний бюлетень, Фонд Президентів України, інтернет-ЗМІ, контент-аналіз, інформування громадськості.

**Постановка проблеми в загальному вигляді.** Сучасне суспільство часто називають медіократичним суспільством, де реальна влада нале-  
© С. Польовик, О. Макарова, 2021

жить мас-медіа, що є одним з головних механізмів впливу на масову свідомість та формування суспільної думки. Насамперед це стосується інтернет-ЗМІ, які оперують у своїй роботі двома взаємодоповнювальними і взаємосуперечливими факторами: швидкістю та якістю. Зважаючи на кардинальні зміни, що відбуваються в останні роки на світовому ринку мас-медіа, поступово Інтернет стає тією медіаплатформою, що в найближчому майбутньому змінить наші уявлення про роль ЗМІ в сучасному суспільстві. Ці обставини набувають особливої актуальності й значення на тлі зростаючого проникнення ЗМІ в політичну сферу, їх перетворення в один з найважливіших інструментів реалізації політичного процесу, формування іміджу держави та окремих впливових особистостей.

**Актуальність дослідження.** У сучасному інформаційному суспільстві позитивний імідж президента країни сприяє проведенню успішної зовнішньої політики, формуванню взаємовигідних відносин з іншими країнами, тоді як негативний здатний закріпити негативні установки масової свідомості на тривалий період. Основними акторами його конструювання залишаються ЗМІ, причому в кожній з країн цей процес має особливості, обумовлені комплексом інституційних і соціокультурних факторів. Актуальність дослідження матеріалів ЗМІ щодо інституту президентства у світі зумовлена необхідністю з'ясування проблеми формування іміджу президентів для подальшого визначення основних напрямів корекції іміджевої політики.

**Методи дослідження.** У праці застосовано комплекс загально-наукових і спеціальних методів дослідження, зокрема використано метод контент-аналізу як кількісно-якісний підхід для виявлення проблемно-тематичного наповнення та тональності матеріалів зарубіжних ЗМІ щодо функціонування інституту президентства у світі.

**Мета статті** – аналіз зарубіжних інтернет-ЗМІ та світових впливових інформаційних порталів щодо якісно-кількісних та оціночних характеристик інституту президентства в структурі органів державної влади країн світу.

**Ступінь наукового розроблення проблеми.** Найбільш важливі теоретичні дослідження у сфері моніторингу інтернет-ЗМІ та контент-аналізу повідомлень суспільно-політичного спрямування відображено в працях таких учених, як Ю. Ганжуров, О. Каращук, В. Пальчук, Т. Ісакова, Н. Дяченко, О. Калінін, Р. Локрев, Н. Ньюмен та ін. Досить багато уваги формуванню інформаційних продуктів на основі моніторингу інтернет-джерел та контент-аналітичним дослідженням приділяє Фонд Президентів України як структурний підрозділ Національної бібліотеки України

ім. В. І. Вернадського. На думку О. Карашук, «зростаюче значення саме бібліотечних установ в інформаційному супроводі державних владних інститутів суспільства в цілому обумовлено тим, що в бібліотеках протягом останнього десятиріччя спостерігалось найбільш помітне вдосконалення методів управління інформацією і введення її в активний обіг» [2, с. 357].

**Виклад основного матеріалу дослідження.** З метою реалізації поставленої мети щодо ґрунтовного дослідження інституту президентської влади у світовому вимірі в січні 2019 р. Фонд Президентів України розпочав підготовку інформаційно-реферативного бюлетеня «Інститут президентства в зарубіжних ЗМІ», який інформує громадськість «про вітчизняний та зарубіжний досвід функціонування інституту президентства та президентських структур, відображення їхньої діяльності в системі сучасних електронних інформаційних комунікацій» [1].

Інформаційно-реферативний бюлетень висвітлює найактуальніші аспекти функціонування інституту президентства в країнах світу через призму сприйняття оглядачами впливових світових медіа, серед яких популярні інформаційні портали США (Associated Press і Bloomberg), сайти новин Великої Британії (Reuters і BBC), німецьке інформаційне агентство Deutsche Welle, китайський портал новин Xinhua, бельгійське новинне агентство Politico, європейський інформаційний сайт «Euronews», польська газета «Rzeczpospolita» та іспанське видання «El Mundo».

Вивчаючи «досвід функціонування інституту президентства за кордоном і діяльність президентів іноземних держав», згідно з Положенням про Фонд Президентів України [3], інформаційно-реферативний бюлетень «Інститут президентства в зарубіжних ЗМІ» є тематично згрупованою добіркою найактуальніших та резонансних подій щодо окремих аспектів функціонування інституту президентства, які відібрано на основі систематичного моніторингу впливових світових інтернет-джерел, і включає:

- аналіз актуальних проблем функціонування інституту президентства країн світу очима міжнародних експертів;
- коментарі відомих діячів щодо законодавчих засад інституту президентської влади;
- огляд закордонними аналітиками діяльності президентів світу з питань внутрішньодержавної та міжнародної політики;
- аналітичні оцінки ефективності діяльності президентів у різних сферах;
- характеристику зарубіжними ЗМІ іміджу президентів тощо [1].

Об'єктом дослідження стала джерельна база для формування 12 випусків інформаційно-реферативного бюлетеня «Інститут президентства в зарубіжних ЗМІ» за 2020 р., аналіз якої дав змогу простежити тематику та тональність інформаційних пріоритетів ЗМІ щодо висвітлення суспільно-політичної діяльності президентів світових держав.

Основним методом цього дослідження є контент-аналіз, який дав змогу проаналізувати матеріали зарубіжних інтернет-ЗМІ та інформаційних порталів і встановити тенденції щодо інформування громадськості про інститут президентської влади в різних країнах. Контент-аналіз медіатекстів дав змогу з'ясувати якісно-кількісний зміст і тональність обраних матеріалів з метою подальшої змістовної інтерпретації виявлених закономірностей.

Для проведення дослідження було визначено вибірку, яку становили 2 тис. 980 матеріалів, та виокремлено повідомлення щодо актуальних і резонансних подій, пов'язаних з діяльністю президентів, які висвітлювалися в ЗМІ протягом досліджуваного періоду. Для виявлення основної тенденції застосовувався компаративний метод, який дав змогу з усієї кількості публікацій виокремити 840 матеріалів, що безпосередньо стосувалися означеної тематики та підпадали під категорії аналізу.

Оперуючи новинним текстом як одиницею аналізу, ми підраховали, скільки інформаційних повідомлень щодо заданої тематики в середньому припадає на той чи інший інформаційний ресурс, маючи на увазі, що чим більше згадок з досліджуваної теми зустрінемося на тому чи іншому сайті, тим більше уваги приділяється цій темі на цьому новинному інтернет-ресурсі. Хронологічні межі нашого дослідження – січень – грудень 2020 р.

Усі проаналізовані повідомлення було розбито на кілька тематичних блоків, що описують події, які викликали найбільший світовий резонанс і неоднозначні оцінки з боку інтернет-ЗМІ різних країн: внутрішньополітична діяльність президентів, міжнародна політика президентів, оцінка іміджу президентів.

Активність зарубіжних інтернет-ЗМІ у висвітленні окремих аспектів функціонування інституту президентства за 2020 р. представлено на рис. 1.

Як свідчать результати контент-аналізу, найбільший інтерес до окремих аспектів інституту президентської влади, незважаючи на загальні тенденції, пов'язані з періодичним підвищенням і зниженням інтересу до висвітлення тих чи інших подій, виявляли зарубіжні ЗМІ Німеччини (22%), Великої Британії (20%) та Китаю (14%). Серед інформаційних інтернет-джерел треба особливо виділити німецький інформаційно-політичний

сайт Deutsche Welle (20%), міжнародне британське агентство новин Reuters (18%) та китайське інформаційне агентство Xinhua (12%).

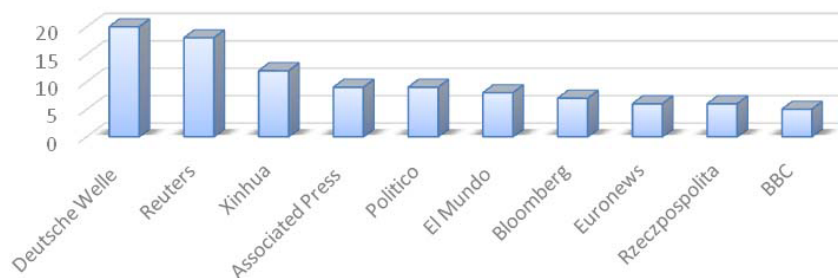


Рис. 1. Активність зарубіжних інтернет-ЗМІ у висвітленні окремих аспектів функціонування інституту президентства за 2020 р.

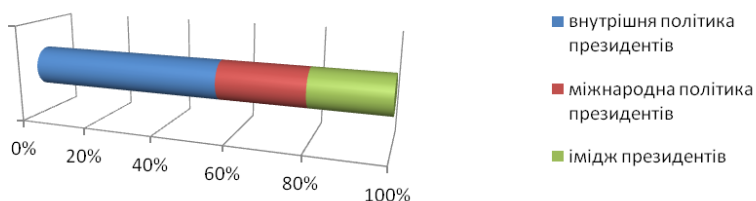


Рис. 2. Тематичні рубрики щодо висвітлення діяльності президентів світовими інтернет-ЗМІ за 2020 р.

У цілому можна вважати, що рейтинг досліджуваної нами проблематики є достатньо високим, адже їй приділялося 28% (840 повідомлень) від загальної кількості переглянутих нами матеріалів (2 тис. 980 новин). Тобто понад чверть усіх новинних повідомлень, які потрапили в поле зору міжнародних оглядачів, стосувалися безпосередньо діяльності президентів або органів державної влади, що сприяють виконанню президентами їхніх посадових повноважень.

Аналізуючи тематику повідомлень зарубіжних ЗМІ, треба сказати, що з наявного загалу матеріалів найчастіше висвітлюється діяльність президентів світу з питань внутрішньої політики – 45%; другу позицію займає діяльність президентів у міжнародній сфері – 24%; на третьому місці – матеріали, що безпосередньо оцінюють імідж президентів – 21%

новинних текстів (рис. 2). У кількісному представленні оцінки подій у внутрішньополітичній діяльності президентів спостерігається пік протягом листопада 2020 р., коли відбулися найбільш гучні та знакові події, серед яких треба виокремити президентські вибори в США. Інформаційні матеріали щодо висвітлення означеної події становили 16% від усіх матеріалів за досліджуваний період. Журналісти активно висвітлювали перебіг президентських виборів у США, коментуючи попередні результати, підрахунок яких затягнувся через пандемію COVID-19 та намагання республіканців оскаржити результати виборчих перегонів, на яких упевнено лідував Д. Байден. Треба згадати прогноз Н. Ньюмена про те, що «вибори по всьому світу стануть ще одним шансом для поширювачів інформації та дезінформації для подолання захисту платформи ЗМІ, яка буде дедалі більше політизуватися за рахунок прямих нападок і звинувачень в упередженості щодо відомих політиків» [4].

Інтернет-ЗМІ особливу увагу приділяли відноси́нам президентів з парламентом їхніх країни (15%), урядом (10%), судовою владою (8%) та взаємовідноси́нам з їхньою адміністрацією (6%). У контексті внутрішньополітичної діяльності президентів на порядок денний у зарубіжних медіа виходить проблема COVID-19 та методи боротьби президентів країн світу з поширенням захворювання серед населення. Найбільше уваги світових інформаційних джерел привертав ультраправий лідер Бразилії Ж. Болсонару, який відверто ігнорував правила гігієни, носіння захисної маски для обличчя та дотримання мінімальної дистанції. Він неодноразово називав коронавірус «незначним грипом» і критикував запровадження обмежень. Матеріали, які стосувалися оцінювання діяльності президента Бразилії у сфері охорони здоров'я, становили – 8% від усіх новин стосовно внутрішньополітичної діяльності президентів країн світу.

Серед питань участі президентів у міжнародній політиці за досліджуваний період інтернет-ЗМІ здебільшого зосереджувалися на взаємовідноси́нах у країнах Європейського Союзу (15%), Південної Америки (12%) та Азії (11%). Значна увага ЗМІ до проблем інституту президентства в країнах Європейського Союзу була зумовлена позицією президента Франції Е. Макрона щодо боротьби з «ісламістським тероризмом», яку глава держави назвав зовнішньополітичним пріоритетом країни. Означені матеріали становили 7% від загальної кількості новин щодо діяльності президентів країн світу на міжнародній арені.

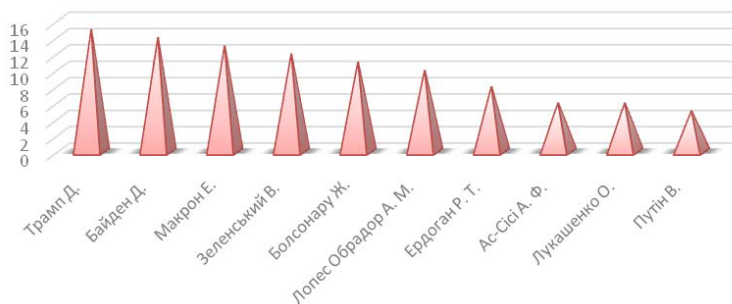


Рис. 3. Активність зарубіжних інтернет-ЗМІ у висвітленні окремих аспектів функціонування інституту президентства за 2020 р.

Лідером серед країн, імідж яких розглядався в інтернет-ЗМІ через призму особистих рис президентів, є США. Зокрема, найбільше міжнародні оглядачі коментували діяльність Д. Трампа (15%) у контексті тривалого протистояння Д. Байдену в процесі виборчої кампанії та ставлення до громадського здоров'я на фоні поширення COVID-19 (рис. 3).

Приблизно такі ж результати щодо рейтингу в представленні в ЗМІ має Д. Байден (14%). Світові ЗМІ акцентували увагу не лише на передбачуваній перемозі майбутнього обранця американської нації, а й на особистих якостях, наголошуючи, що його політика буде мати «людське обличчя».

Третю позицію в рейтингу президентів, яких найчастіше згадували світові медіа протягом 2020 р., займає Е. Макрон (13%), який привернув увагу інтернет-ЗМІ активною діяльністю в боротьбі із внутрішніми та зовнішніми викликами, що стоять перед країною, намагаючись підвищити свій рейтинг перед президентськими виборами 2022 р.

У контексті висвітлення іміджевих характеристик президентів країн світу найвищий інформаційний пік спостерігається в жовтні – листопаді 2020 р., адже на цей період припадає проведення президентських виборів у США, під час яких світові ЗМІ обговорювали майбутнє не лише США, а й інших країн у разі перемоги одного з претендентів на посаду президента. Не обійшли увагою міжнародні оглядачі й Україну, зокрема оцінюючи майбутні відносини України та США у випадку перемоги одного з лідерів передвиборної гонки.

Протягом досліджуваного періоду більшість публікацій електронних закордонних ЗМІ, висвітлюючи окремі аспекти інституту президентства,

мали нейтральний характер (68%). Значну частку становили повідомлення з позитивним контекстом (17%) і 15% матеріалів мали негативну модальність (рис. 4).



Рис. 4. Тональність повідомлень про інститут президентства у світових інтернет-ЗМІ за 2020 р.

Щодо характеру повідомлень про інститут президентства в загальному ракурсі, то треба сказати, що найчастіше (48 %) зарубіжні інтернет-ЗМІ використовували нейтральну тональність, оцінюючи міжнародну політику президентів. 12 % матеріалів, у яких оцінюється імідж президентів, має негативний контекст. Наразі відгуки в позитивному ключі в більшості стосувалися внутрішньої політики президентів країн світу (11%). Позитивне забарвлення інформаційних повідомлень належить німецьким медіа, а саме: Deutsche Welle, тоді як негативні повідомлення щодо функціонування інституту президентства здебільшого превалюють у ЗМІ країн, що не мають такої інституції, зокрема Великої Британії та Бельгії (Reuters, BBC і Politico). Значна частка негативних коментарів належить іспанській газеті «El Mundo», оглядачі якої, роблячи акцент на негативних рисах того чи іншого президента, зменшують їхню привабливість у сприйнятті міжнародною спільнотою.

#### **Висновки, практичне значення та перспективи дослідження.**

На основі аналізу виділених у нашому дослідженні категорій можна зробити висновок, що протягом 2020 р. зарубіжні інтернет-ЗМІ та впливові зарубіжні інформаційні портали приділяли значну увагу проблемам функціонування інституту президентства. Тематика матеріалів, які піддавали контент-аналізу, переважно стосувалася внутрішньополітичної та міжнародної діяльності президентів, тоді як найменше уваги медійники приділяли оцінюванню іміджу президентів. На нашу думку, такий кількісний розподіл тематики інформаційних матеріалів свідчить про значну увагу, яку приділяють світові інтернет-джерела виборам президентів у їхніх країнах, відносинам президентів із законодавчою та виконавчою владою, органами судової влади, а також з їхньою



адміністрацією, обходячи увагою оцінювання діяльності президентів через призму їхніх особистісних рис. Безумовним лідером у контексті висвітлення внутрішньо-, зовнішньополітичної діяльності та іміджевих характеристик президентів протягом усього досліджуваного періоду став президент США Д. Трамп. Інформаційних приводів для аналізу та оцінювання позиції Д. Трампа було більше ніж достатньо, однак модальність повідомлень про президента США на період дослідження більшою мірою є негативною. Треба підкреслити, що діяльність Президента України В. Зеленського зарубіжні ЗМІ не обходять своєю увагою, оцінюючи її при цьому досить позитивно з динамікою зростання інтересу до нашої держави і її глави.

Отримані результати контент-аналізу зарубіжних ЗМІ дають змогу обґрунтувати необхідність проведення досліджень, за результатами яких ЗМІ зможуть оптимізувати свою діяльність, зробивши її більш ефективною.

Перспективи подальших досліджень полягають у вивченні трансформаційних змін у технологіях аналітико-синтетичного перероблення інформації для формування інформаційно-аналітичних продуктів і послуг у бібліотечній сфері.

### Список бібліографічних посилань

1. Інститут президентства у зарубіжних ЗМІ : інформаційно-реферативний бюлетень. URL: [http://nbuviar.gov.ua/index.php?option=com\\_content&view=article&id=4084&Itemid=516](http://nbuviar.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=4084&Itemid=516) (дата звернення: 30.12.2020).

2. Карашук О. Бібліотечні інформаційно-аналітичні центри в забезпеченні ухвалення управлінських рішень (на прикладі СІАЗ НБУВ). *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського*. 2017. Вип. 48. С. 351–361. <https://doi.org/10.15407/np.48.351>.

3. Положення про Фонд Президентів України : Указ Президента України від 11 жовтня 1996 р. № 936/96. *Верховна Рада України : вебпортал*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/936/96#Text> (дата звернення: 25.12.2020).

4. Newman N. Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions. *Digital News Report*. URL: <https://www.digitalnewsreport.org/publications/2020/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2020>.

## References

1. Instytut prezydentstwa u zarubizhnykh ZMI: informatsiino-referatyvnyi biuleten [The institute of presidency in foreign media]. Retrieved from [http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com\\_content&view=article&id=4084&Itemid=516](http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=4084&Itemid=516) [in Ukrainian].
2. Karashchuk, O. (2017). Bibliotechni informatsiino-analitychni tsenry v zabezpechenni ukhvalennia upravlinskykh rishen (na prykladi SIAZ NBUV) [Library Information Analysis Centres in ensuring management decision-making (by the example of SIAS NBUV)]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteky Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho – Transactions of V. I. Vernadsky National Library of Ukraine*, 48, 351–361. <https://doi.org/10.15407/np.48.351> [in Ukrainian].
3. Polozhennia pro Fond Prezydentiv Ukrainy: Ukaz Prezydenta Ukrainy No. 936/96 vid 11 zhovtnya 1996 r. [Decree of the President of Ukraine of October 11, 1996 No. 936/96 «Regulations on the Fund of Presidents of Ukraine»]. *Verkhovna Rada Ukrainy: vebportal – Verkhovna Rada of Ukraine: official webportal*. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/936/96#Text> [in Ukrainian].
4. Newman, N. Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions. *Digital News Report*. Retrieved from <https://www.digitalnewsreport.org/publications/2020/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2020> [in English].

Стаття надійшла до редакції 30.03.2021.

### **Svitlana Polovyk,**

PhD (Social Communications), Head of Department,

V. I. Vernadsky National Library of Ukraine

3 Holiivskyi Ave., Kyiv 03039, Ukraine

e-mail: [spolevik1968@gmail.com](mailto:spolevik1968@gmail.com)

<https://orcid.org/0000-0002-5960-527X>

### **Olena Makarova,**

Junior Researcher,

V. I. Vernadsky National Library of Ukraine

3 Holiivskyi Ave., Kyiv 03039, Ukraine

e-mail: [elenita.makarova@gmail.com](mailto:elenita.makarova@gmail.com)

<https://orcid.org/0000-0002-1003-025X>

### **World's Media as an Instrument of Formation of State President's Image**

Using the example of content analysis of data from the informational-abstract bulletin «Institute of Presidency in Foreign Mass Media», produced by the Fund of the

Presidents of Ukraine, a structural subdivision of V. I. Vernadsky National Library of Ukraine, the thematic and evaluative-modal characteristics of the institution of presidential power through the prism of perception in foreign Internet media is determined. The research methodology is based on the application of abstraction and synthesis methods, as well as content analysis of text information and text arrays. The features of problem-thematic characteristics of the image of state presidents in the world mass media are revealed and analyzed; the main evaluative characteristics of the activities of presidents in their native and foreign political arena in terms of the formation of their image, are identified and characterized; the rating of state leaders with indicators according to their mention by international observers is identified and characterized; actual theoretical ideas of the process of formation and transformation of a state president's image in the world media is supplemented.

It has been established that the role of the personality in politics is currently increasing, and the personalization of power is taking place. All these processes require reflection and impartial assessments, in particular from the media in the context of coverage of certain aspects of the institute of presidency functioning, which necessitates a thorough study, and according to the study results media will be able to optimize their activities, making them more effective.

*Keywords:* the institute of presidency, informational-abstract bulletin, the Fund of the Presidents of Ukraine, Internet-media, content analysis, public informing.