

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ В. Н. КАРАЗІНА**

СОЦІОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій

**Пояснювальна записка
до кваліфікаційної роботи
на тему:
«ОБРАЗ УКРАЇНИ У СУЧАСНОМУ ЗАРУБІЖНОМУ
МЕДІАПРОСТОРІ: РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ ТЕМ ВІЙНИ ТА КУЛЬТУРИ»**

Виконала: студентка 4 курсу групи
ЗСМК-42
першого (бакалаврського) рівня вищої
освіти
спеціальності 061 Журналістика
Ільвовська Влада

Керівник: Субота М.М.

Рецензент:

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ОБРАЗУ КРАЇНИ В МЕДІАПРОСТОРІ.....	3
1.1 Поняття образу, його концептуалізації та репрезентації.....	6
1.2 Визначення поняття іміджу та його основних складових.....	13
1.3 Інструменти та методи дослідження образу країни в медіапросторі.....	15
Висновки до розділу 1.....	21
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ СФОРМОВАНОГО ОБРАЗУ УКРАЇНИ У ЗАКОРДОННОМУ МЕДІА ПРОСТОРІ.....	23
2.1 Аналіз образу України через засоби медіарепазентації.....	23
2.2 Аналіз іміджу України закордоном.....	31
2.3 Висвітлення української культури в закордонному медіа просторі.....	38
Висновки до розділу 2.....	42
РОЗДІЛ 3 ДОСЛІДЖЕННЯ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ УКРАЇНИ У СУЧАСНОМУ ЗАРУБІЖНОМУ МЕДІАПРОСТОРІ.....	45
3.1 Формування образного сприйняття України під час війни у сучасних зарубіжних медіа.....	45
3.2 Дослідження репрезентації образу України на тлі війни в зарубіжному медіапросторі.....	49
Висновки до розділу 3.....	64
ВИСНОВКИ.....	67
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	72

ВСТУП

У контексті сьогоденних викликів, зумовлених повномасштабною російською військовою агресією та інформаційною війною, перед нашою державою особливо гостро постає необхідність формування позитивного міжнародного іміджу України, а також і моніторингу образів України, що репрезентуються не тільки українськими, але й закордонними мас-медіа. У сучасному світі саме медіа виступають головними платформами та активними суб'єктами конструювання образів країн та сприйняття їхніх іміджів на міжнародній арені. Для України зараз існує необхідність у відстеженні та своєчасній реакції на те, як вона репрезентується у закордонному медіапросторі, зокрема медіапросторі держав-союзниць. Важливо, наскільки об'єктивно, адекватно та інтенсивно висвітлюються інформація про події – військові, соціально-політичні процеси, економічні виклики та культурні цінності України для аудиторій по всьому світу.

Отже, вивчення ролі зарубіжних інформаційних медіа у формуванні міжнародного сприйняття образу України видається надзвичайно актуальною темою дослідження. Крім того, в умовах повномасштабної, гібридної та інформаційної війни, що активно ведеться країною-агресором, розуміння механізмів і технологій впливу мас-медіа на формування образу країни є одним з ключових завдань для стратегічного розвитку національної та громадянської ідентичності, а також ведення успішної зовнішньої політики держави. Адже у цифровому глобальному суспільстві, в якому інформація поширюється миттєво, позитивний міжнародний образ країни є одним з ключових чинників її успішної інтеграції у спільноту розвинених демократичних держав. Україна, яка переживає не просто складні політичні та економічні трансформації, але й потерпає від масштабної військової агресії, потребує ефективних стратегій для покращення свого образу у сприйнятті світової спільноти.

Таким чином, дослідження особливостей репрезентації України у зарубіжних інформаційних мас-медіа допоможе виявити можливості для покращення комунікативних стратегій, які можуть позитивно вплинути на образне сприйняття нашої країни на міжнародній арені.

Об'єктом роботи є образ України у сучасному зарубіжному медіапросторі.

Предметом роботи є процес формування міжнародного образу України через закордонні ЗМІ в аспекті репрезентації тем війни та культури.

Мета роботи – дослідження ролі зарубіжних мас-медіа у формуванні міжнародного образу України в аспекті репрезентації тем війни та культури, на прикладі таких видань як «BBC», CNN», «Financial Times».

Завданнями дипломного дослідження є:

- розгляд поняття образу, його концептуалізації та репрезентації.
- надання визначення поняття іміджу та його основних складових.
- аналіз інструментів та методів дослідження образу країни в закордонному медіапросторі.
- здійснення аналізу образу України через засоби медіарепрезентації.
- дослідження формування образного сприйняття України під час війни у сучасних зарубіжних медіа.
- здійснення дослідження репрезентації образу України в контексті війни в зарубіжному медіапросторі.

Теоретична та методологічна основа дослідження. Дипломна робота спирається на міждисциплінарний підхід, що поєднує знання з соціології, політології, медіазнавства та комунікаційних наук, зокрема теорію іміджу та брендингу країн.

Методи дослідження. У дослідженні було використано комплекс загальнонаукових методів, зокрема аналіз і синтез для теоретичного осмислення поняття «образ країни»; індукцію і дедукцію для логічного обґрунтування емпіричних спостережень; метод аналогії – для порівняння

особливостей репрезентації образу країни та аспектів презентацій тем війни та культури в різних медіа; узагальнення – для формулювання висновків; класифікацію та типологізацію – для систематизації видів образів та ключових аспектів репрезентації образу України.

Методом отримання первинної емпіричної інформації виступав якісний аналіз текстів медіа, представлених на сайтах таких ЗМІ як «BBC», CNN», «Financial Times».

Теоретична значущість дипломного дослідження полягає в удосконаленні наукових уявлень про механізми формування образу держави в умовах війни та інформаційної турбулентності, а також у розширенні методологічного інструментарію аналізу медіарепрезентацій. Практична значущість визначається можливістю використання отриманих результатів у сфері стратегічних комунікацій, міжнародних відносин, інформаційної політики, культурної дипломатії та освітньої діяльності, спрямованої на підвищення медіаграмотності.

Структура дипломної роботи складається з наступних елементів: вступу, трьох розділів, поділених на підрозділи, висновків до них, загального висновку, списку використаних джерел, додатків. Загальний обсяг роботи складає – 71 сторінку (основний зміст становить 71 сторінка, список використаних джерел – 3 сторінки). Список використаних джерел містить 32 найменування.

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ОБРАЗУ КРАЇНИ В МЕДІАПРОСТОРІ

1.1 Поняття образу, його концептуалізації та репрезентації

Активізація наукових досліджень, присвячених репрезентації образу країни в зарубіжному інформаційному просторі, спричинила зростання інтересу до уточнення змісту поняття «образ» у науковій літературі. До цього часу термін часто залишався поза аналітичною увагою або трактувався фрагментарно. Поштовхом до системного осмислення вербалізованої природи образу стала поява численних дефініцій, що розкривають його складну природу.

Образ країни розглядається як результат взаємодії мови, культури та індивідуальної свідомості, де важливу роль відіграє культурний контекст, у межах якого здійснюється комунікація.

Як зазначає З. С. Люльчак, «образ відображає не лише мовну специфіку народу, а й його менталітет, традиції та культурні коди, які унікальним чином інтегруються в мовні форми» [7, с. 127].

Образ країни складається з елементів, які надають мові здатність відображати культурні цінності та соціокультурну специфіку певного народу. Він формується як результат мовної репрезентації і водночас виконує функцію дзеркала, у якому відображається національна ідентичність. Водночас цей образ не є статичним – його інтерпретація може змінюватися залежно від культурного контексту та сприйняття з боку представників інших національних і мовних спільнот.

У сучасному науковому дискурсі дослідники, які вивчають концепт образу, вважають за доцільне розширити його традиційне психологічне трактування. Так, І. Цурканова визначає образ як «сукупність раціональних та емоційних уявлень про країну, що склалася в масовій свідомості та має характер стереотипу, формуючись на основі особистого досвіду та отриманої

інформації» [18, с. 88]. Це визначення охоплює три ключові характеристики образу: його приналежність до сфери соціальної психології, системну природу та залежність від як внутрішніх, так і зовнішніх чинників. З огляду на комплексність і гнучкість цього підходу, його можна вважати репрезентативним для розуміння поняття «образ країни» у вітчизняній науковій традиції.

Наукове осмислення феномену образу країни здійснюється з позицій системного, функціонального та контекстуального підходів. В. І. Чекалюк підкреслює, що в межах соціально-психологічної парадигми образ розглядається як структурне утворення, складові якого зумовлені впливом соціально-психологічних факторів і виконують специфічні функції [19, с. 248]. Образ формується в процесі комунікації, має колективну природу, відзначається багатовимірністю, належить до явищ соціальної перцепції та здійснює як усвідомлений, так і підсвідомий вплив на індивідів. Такий підхід дозволяє розглядати образ не лише як відображення, а як активний інструмент впливу у сфері масової комунікації.

Узагальнюючи наведені трактування, можна стверджувати, що образ є ключовою операційною одиницею пізнання дійсності, яка відображає накопичений людський досвід, фіксує знання про навколишній світ і водночас репрезентує національну специфіку мислення та мовні особливості носіїв певної культури.

Таким чином, справедливим є твердження, що образ виступає не лише одиницею мислення та зберігання інформації, а й репрезентантом культурної специфіки. Його вивчення має здійснюватися на основі диференційованого аналізу мовних одиниць – слів, словосполучень, контекстів і різноманітних текстів, які формують загальне або підсвідоме сприйняття певного фрагмента реальності. Комплексне розуміння терміна «образ» охоплює такі аспекти:

1. Образ як синтез елементів суспільної свідомості, об'єктивної дійсності та мовного знака.

2. Образ як механізм соціальної інтеграції, реалізований через мовні коди на різних етапах історичного розвитку, що виявляється у ставленні до дійсності та формах взаємодії з нею.

3. Образ як концептуальна одиниця, що поєднує реальне й віртуальне, і має як загальновизнану, так і національно-культурну ідентичність, закріплену в мовних знаках.

4. Образ як форма індивідуального та колективного уявлення про певний аспект реальності.

5. Образ як семантична одиниця, яка може бути вербалізована мовою й пов'язана зі значенням слова.

6. Існування універсальних і унікальних образів, що підтверджує національно-культурну зумовленість образного мислення.

7. Завдяки своїй національній специфіці образ може розглядатися як одиниця культури, що акумулює ціннісні орієнтири й комунікативні коди певної спільноти.

Отже, образ – це складна багатовимірна структура, що функціонує на перетині мови, культури, мислення та комунікації.

Образи функціонують як ментальні структури, що акумулюють значний обсяг інформації та практичного досвіду, необхідного для орієнтації індивіда в повсякденному житті. Вони виконують репрезентативну та фіксуючу функції: з одного боку – відображають певні фрагменти дійсності, а з іншого – зберігають і відтворюють у свідомості людини послідовність подій, досвід і смисли, пов'язані з різними етапами життєвого шляху.

Образ виступає складовою частиною структурованих знань, які формуються у свідомості індивіда в результаті взаємодії кількох ключових чинників:

- чуттєвого досвіду, що ґрунтується на сприйнятті навколишнього світу за допомогою органів чуття;

- предметної діяльності, яка забезпечує практичну взаємодію особистості з дійсністю;

- інтелектуальних процесів, у межах яких на основі вже наявних уявлень створюються нові образи;

- самостійного аналітичного осмислення отриманої інформації.

Водночас варто наголосити, що образ не розкривається у мові повною мірою, з огляду на низку специфічних характеристик:

- образ є результатом індивідуального пізнання, що вимагає багаторівневих інтерпретаційних засобів для свого повного осмислення;

- він не має чітко окресленого змісту, що ускладнює його повне вербальне вираження;

- неможливо зафіксувати всі можливі репрезентації образу, оскільки він варіативний і залежний від контекстуального, культурного та особистісного сприйняття.

До характерних ознак образу як когнітивної одиниці належать його образне походження, здатність до заміщення понять і термінів, варіативність змістовного наповнення, динамізм асоціативних зв'язків, інтерпретаційна відкритість, багатовекторність тлумачень і висока смислова насиченість. Окремо слід наголосити на важливій для подальшого аналізу властивості – гнучкості меж між понятійними та образними компонентами в структурі самого образу, а також у мовних одиницях, які його репрезентують. Ця варіативність уможливорює численні інтерпретації та актуалізації образу в різних комунікативних контекстах.

У структурі образів виокремлюють три основні типи: однорівневі, багаторівневі та сегментні. Зупинимось детальніше на кожному з них. Однорівневий образ являє собою емоційне ядро – центральний смисловий компонент, навколо якого формується загальна структура. У його основі лежать предметні образи, а також окремі концептуальні уявлення. Навколо цього емоційного центру вибудовуються смислові шари, що розміщуються від менш абстрактних до більш узагальнених. Хоча кількість і змістове наповнення цих рівнів може варіюватися залежно від індивідуального сприйняття в межах однієї соціокультурної спільноти, ключовою рисою є

домінування загальнонаціональних смислових елементів. Саме вони забезпечують базу для спільного розуміння та ефективної комунікації між представниками цієї групи [14, с. 248].

У суспільній свідомості образ найчастіше сприймається як багатокomпонентне, складне утворення. У зв'язку з цим доцільним видається зосередити увагу саме на багаторівневому типі образу. Такий образ складається з кількох когнітивних шарів, що різняться за ступенем абстрактності та змістового узагальнення. Ці шари репрезентують різні рівні осмислення дійсності та послідовно нашаровуються на базовий емоційно-предметний рівень, утворюючи складну, ієрархічно впорядковану структуру.

Багаторівневий образ являє собою когнітивну конструкцію, що складається з кількох інформаційно-смислових шарів, кожен із яких має свій ступінь абстрактності та послідовно нашаровується на базовий рівень сприйняття. Наприклад, у багаторівневому образі *УКРАЇНА / UKRAINE* початковий, базовий пласт репрезентує країну як суверенну територію з етнічною ідентичністю, власною мовою, культурою, правовими нормами та соціальними цінностями. У подальшому структура образу включає такі шари:

1. територія з визначеними кордонами, що закріплює уявлення про географічну цілісність держави;
2. країна на Європейському континенті, що визначає її просторово-цивілізаційне розміщення;
3. промислово-аграрна країна з переважанням сировинного виробництва, що формує економічний вимір образу;
4. унітарна держава, що адміністративно складається з 24 областей, Автономної Республіки Крим та міста зі спеціальним статусом – Києва, столиці, – цей шар відображає політико-адміністративну структуру країни.

Кожен із цих шарів доповнює загальне уявлення про державу, водночас ускладнюючи та поглиблюючи її репрезентацію в суспільній свідомості та міжнародному дискурсі.

Основою для формування образу виступає лише та ознака об'єкта, яка підлягає оцінюванню. Це пов'язано з тим, що процес створення образу передбачає індивідуальне сприйняття й осмислення певного предмета чи явища. Особистість має не лише зафіксувати факт існування об'єкта, а й інтерпретувати його крізь призму власного досвіду, що й слугує моментом виникнення образу в свідомості мовної особистості. Саме оцінне ставлення активує когнітивний механізм, у результаті якого формується цілісна ментальна репрезентація – образ як елемент мовно-культурної свідомості.

Окрім ціннісного компонента, структура образу включає також понятійний та чуттєво-образний елементи. Понятійний компонент формується на основі сукупності знань і уявлень про реальний або уявний об'єкт, який слугує основою для створення образу. Інакше кажучи, поняття являє собою систематизований набір суджень, що фіксують характерні ознаки аналізованого явища, серед яких центральне місце посідають твердження про його найбільш загальні та водночас істотні властивості. Такий компонент виступає результатом процесу пізнання, що фіксує стабільну реакцію представників певної культури на цей об'єкт або явище.

Справедливо буде стверджувати, що образний елемент образу є визначальним. Образний елемент пов'язаний зі способом пізнання навколишнього світу. Він міститься в словах чи у висловах, які вживаються не в прямому, а у переносному сенсі, при цьому виділяються своєю силою, емоційною забарвленістю, яскравістю тощо. До подібних висловів можна віднести такі соціолінгвістичні форми чи тропи як метафори, алюзії, метонімії, епітети тощо.

До основних змістових типів образів, що відображають різні виміри мовної та культурної свідомості, належать п'ять структурно-семантичних категорій [5, с. 267]:

1. Культурний образ – охоплює уявлення про суспільну культуру, ментальні установки та національні риси, що формують колективну ідентичність народу.

2. Лінгвокультурний образ – відображає національну картину світу, структурує мовну свідомість, формує етнічний менталітет та визначає тип мовної особистості.

3. Когнітивний образ – є основою первинного осмислення базових понять, на яких ґрунтується концептуалізація дійсності.

4. Емоційний образ – репрезентує індивідуальне сприйняття світу, що виявляється у характері, поведінкових стереотипах і психологічних установках мовної особистості. Він фіксується у мовленні як узагальнене відображення світоглядних та емоційних характеристик спільноти.

5. Науковий образ – формує систему раціонально осмислених понять, що базуються на наукових критеріях і використовуються в академічному пізнанні суспільної реальності.

Сукупність цих образів формує складну семіотичну й концептуальну систему, яка забезпечує відображення реальності крізь призму мови, культури, менталітету та інтелектуальної традиції.

У контексті міжнародних відносин поняття «образ країни» охоплює сукупне уявлення, що формується у свідомості інших держав, їхніх громадян та міжнародної спільноти щодо певної країни. Це уявлення включає стереотипи, асоціації, емоційні реакції та враження, які виникають у результаті міжкультурної взаємодії, споживання культурної продукції (зокрема музики, кінематографу, візуального мистецтва), спостереження за ключовими подіями, а також офіційними політичними ініціативами держави. Образ країни відіграє вагомую роль у системі міжнародних відносин, впливаючи на дипломатичну взаємодію, економічну співпрацю, туристичну привабливість та інвестиційну довіру (рис. 1.1) [19, с. 250].

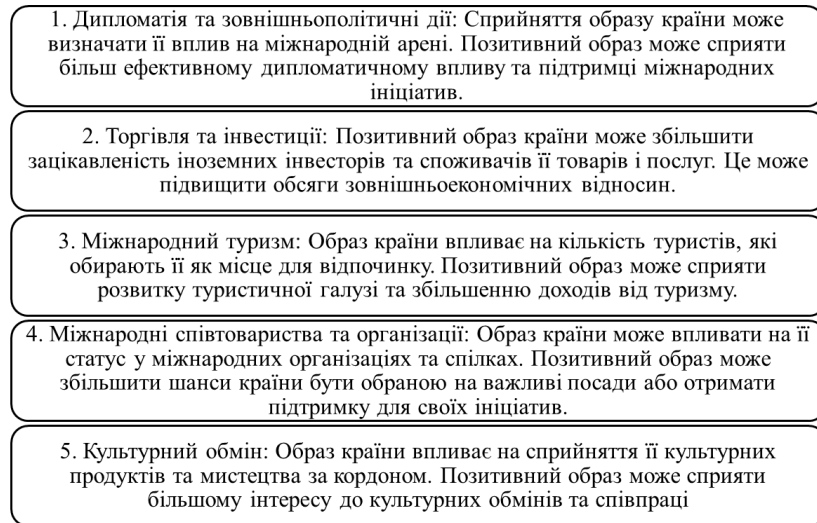


Рисунок 1.1 Вплив сприйняття образу країни на конкретні сфери

Вважаємо, що досліджуваний образ УКРАЇНА / UKRAINE матиме широку змістову типологію в ЗМІ та розглядатиметься нами як культурний, лінгвокультурний та емоційний образ.

1.2 Визначення поняття іміджу та його основних складових

Імідж можна визначити як сприйняття певного об'єкта суспільством, що ґрунтується на засадах довіри, взаєморозуміння, відповідальності та співпраці. Якщо розглядати державу як об'єкт такого сприйняття, її імідж формується через низку зовнішніх каналів, зокрема – торговельно-економічні зв'язки, міжкультурну комунікацію (у вигляді театральних постановок, музейних експозицій, виставок, кінематографу, музики тощо), а також засоби масової інформації. Саме ці складники становлять основу міжнародного іміджу країни й виступають найефективнішими інструментами впливу на його формування в глобальному комунікаційному середовищі.

Усі нації зацікавлені в покращенні свого міжнародного іміджу, оскільки він безпосередньо впливає на економічний розвиток, ефективність зовнішньоторговельних відносин та успішність дипломатичної діяльності на глобальній арені.

До найефективніших інструментів формування міжнародного іміджу держави належать засоби масової інформації, зокрема телебачення, радіо, інтернет та соціальні мережі. Вони відіграють ключову роль у поширенні інформації про позитивні аспекти культури, історії, досягнень та унікальності країни, підвищуючи її впізнаваність у глобальному просторі. Імідж держави також формується у взаємодії таких факторів, як культурні обміни та торговельні відносини, які можуть взаємно підсилювати одне одного. Наприклад, економічні успіхи держави здатні стимулювати інтерес до її культурної спадщини, тоді як активна культурна дипломатія та інформаційна присутність у медіа сприяють зростанню довіри до її економічного потенціалу.

Формування позитивного міжнародного іміджу держави вимагає наявності чітко визначеної стратегії та залучення ефективних інструментів, серед яких важливу роль відіграють агентства зі зв'язків з громадськістю та мережа дипломатичних представництв. Засоби масової інформації можуть виступати одним із ключових ресурсів у реалізації іміджевої політики, однак їх використання потребує професійного підходу, продуманої координації та стратегічного планування. Лише за умови комплексного і цілеспрямованого застосування медійного ресурсу можна досягти високої результативності в побудові позитивного образу країни у світовому інформаційному просторі [3].

Для досягнення сталого національного успіху недостатньо лише оновити ідеологічні засади – важливо трансформувати національну ідею у практичну державну політику та стратегічну програму дій. Цей процес передбачає комплексне реформування ключових сфер суспільного життя, ефективне залучення кваліфікованих людських ресурсів, а також підтримку ініціатив і проєктів, що сприяють реалізації визначених національних цілей. В умовах викликів нового тисячоліття модернізація національної ідеології та її адаптація до сучасного глобального контексту є складним, але критично важливим завданням для забезпечення поступального розвитку держави.

Взаємодія з іншими людьми відіграє важливу роль у формуванні переконань та особистісного розвитку. Наші друзі, колеги й члени родини

здатні впливати на погляди, ставлення та цінності, стимулюючи переосмислення власної позиції через дискусії, обмін думками та процес взаємного навчання. Водночас на формування світогляду значний вплив мають цифрові ресурси, зокрема соціальні мережі. Інтернет надає доступ до широкого спектра інформації – новин, аналітики, точок зору людей з усього світу. Проте цифровий простір також є джерелом дезінформації, маніпулятивного контенту та фейкових повідомлень. Саме тому критичне мислення, уважне ставлення до джерел та фактів, а також уміння розрізняти достовірну інформацію від спекуляцій є надзвичайно важливими навичками в умовах сучасного інформаційного суспільства.

Важливо враховувати різноманітні думки, бути відкритим до нових ідей, постійно навчатися та мислити критично, щоб розум точніше відображав навколишню дійсність і формував збалансоване бачення політичних процесів. Ефективна взаємодія з громадськістю та налагодження зворотного зв'язку через різноманітні канали комунікації є ключовими елементами іміджевої стратегії, спрямованої на формування позитивного образу України за кордоном.

1.3 Інструменти та методи дослідження образу країни в медіапросторі

Комунікація є життєво необхідною для наповнення та збагачення інформаційного простору, а також для розвитку особистості, суспільства, нації та глобальної спільноти. Засоби масової інформації не лише надають об'єктивну інформацію, зокрема у формі фоторепортажів про актуальні події, а й пропонують інтерпретації та оцінки цих подій. Інформація передається через різноманітні канали комунікації, що дозволяє їй здійснювати значний вплив на громадську думку та соціальні процеси.

У контексті нашого дослідження саме аналіз контенту джерел національних і зарубіжних засобів масової інформації виступає основним інструментом оцінки образу країни в сучасному медіапросторі.

Використання засобів масової інформації як на національному, так і на міжнародному рівнях сприяє формуванню національного іміджу, що охоплює трансляцію ключових характеристик країни – її історії, культури, економіки, наукових досягнень, природних ресурсів, способу життя та духовних цінностей. Таким чином, ефективно функціонуючі ЗМІ відіграють важливу роль у формуванні громадської думки та сприйняття держави як усередині країни, так і за її межами.

Засоби масової інформації постійно впливають на репутацію та імідж окремої особи. Потенціал медіа полягає не лише в поширенні інформації, а й у формуванні суспільного інтересу до певних тем. Попри зниження ролі традиційної преси у щоденному інформуванні широкої аудиторії, газети все ще мають значний вплив на формування суспільного порядку денного та результати публічних дискусій. ЗМІ здатні істотно впливати на імідж і репутацію організацій, підприємств, політичних діячів, спортсменів та інших публічних осіб. Крім того, публікація новин, аналітичних матеріалів, коментарів і звітів може як посилювати, так і підривати репутацію цілої держави на міжнародній арені.

Формування позитивного іміджу країни вимагає комплексного підходу, що охоплює численні сфери – від політики та економіки до культури й соціального розвитку. У сучасних умовах засоби масової інформації стрімко трансформуються, виступаючи посередниками між громадянами та політичною владою. Вони здатні підтримувати ініціативи громадянського суспільства, орієнтовані на прагматизм і реформаторство, що ставлять інтереси людини в центр державної політики, економічних рішень та суспільного розвитку загалом.

Зовнішній імідж держави – це результат цілеспрямованої діяльності, спрямованої на формування позитивного сприйняття країни у світовій

спільноті. Дослідження міжнародного іміджу держави зосереджуються на тому, як країна позиціонується в глобальному інформаційному просторі та які чинники впливають на її репутацію. Метою такої діяльності є забезпечення позитивного ставлення міжнародної громадськості та зміцнення довіри до держави. Серед ключових напрямів формування позитивного міжнародного іміджу – створення привабливого бізнес-середовища, залучення іноземних інвестицій, розвиток культурної та мистецької дипломатії, а також підвищення туристичної привабливості.

Засоби масової інформації, включаючи інтернет та інші медіаплатформи, надають державам можливість подивитися на себе ззовні, критично оцінити власний імідж, виявити слабкі сторони, помилки, наявні зв'язки та потенційні можливості для нового позиціонування на міжнародній арені. У цьому процесі медіа можуть відігравати важливу роль як аналітичний інструмент та комунікаційний посередник. Крім того, медіа здатні суттєво впливати на формування політичного іміджу держави, траншуючи як внутрішні ініціативи, так і зовнішньополітичні меседжі до широкої міжнародної аудиторії.

Імідж державної влади постає як інституційний образ, що формується у суспільній свідомості громадян за допомогою мистецтва, засобів масової інформації та технологій зв'язків з громадськістю, і водночас персоніфікується через конкретних представників влади. На формування цього іміджу суттєво впливає зовнішнє середовище, зокрема громадська оцінка діяльності державних органів та ефективності реалізації ними покладених функцій. Репутація державних інституцій оцінюється крізь призму суспільно-політичного, соціально-економічного та культурного контексту розвитку суспільства [13, с. 70].

У процесі дослідження вважаємо доцільним застосування поділу образів на мікро- та макрорівні, що дозволяє глибше охопити багат шаровість семантичного наповнення понять. Зручною для аналітики виявляється

класифікація образів за організаційно-структурними типами, до яких можна віднести:

1. Образ-схему, образ-фрейм, образ-інсайт, образ-сценарій, а також калейдоскопічний образ, що включає центральний компонент і всі асоціативні зв'язки, пов'язані з ним.
2. Образ-мінімум та образ-максимум: перший означає обмежене уявлення про поняття, другий – широке, усвідомлене розуміння терміна з розгалуженою мережею асоціацій.
3. Вузлові та атомарні образи, які виступають базовими синтаксичними одиницями концептуальних структур.
4. Мікрообрази та гіпообрази, що репрезентують вузькі або широкі асоціативні ряди, пов'язані з базовим поняттям.
5. Суперобрази – ментальні конструкції найвищого ступеня абстракції, що характеризуються багатоплановістю та багатоаспектністю.
6. Індивідуальні, мікрогрупові, макрогрупові, національні та загальнолюдські образи, які формуються в різних соціальних контекстах.
7. Групові образи (професійні, етнічні, гендерні, вікові тощо) поряд з індивідуальними образами, що відображають персоналізовані уявлення.
8. Етнокультурні та соціокультурні образи, які вміщують у собі ціннісні характеристики суспільних понять.
9. Індивідуальні імена, виняткові феномени, загальнолюдські смисли, а також архетипи й сталі уявлення, що репрезентують первинні образи, символіку або мотиви, закорінені в колективному несвідомому та відтворювані в індивідуальній свідомості [8, с. 234].

Важливо також враховувати підхід до аналізу образу, запропонований А. О. Осмолівською, яка розробила ієрархічну класифікацію образних структур, що дозволяє системно осмислювати ментальні уявлення в соціокультурному контексті [13, с. 70]. Згідно з цим підходом, виокремлюються такі типи образів:

- Мегаобраз – базова ментальна одиниця, що репрезентує загальносуспільні поняття та належить до категоріальних величин, таких як простір, час, кількість, якість. Цей тип образу може бути інтерпретований як *образ-ідея*, що поєднує в собі сукупність макрообразів і має високий рівень абстракції.

- Макрообраз – чітко окреслена ментальна одиниця, яка зазвичай є національно маркованою та відображає елементи культурної ідентичності на нижчих рівнях абстракції.

- Гіперобраз (гіперконцепт) – ментальна одиниця, менша за обсягом за повноцінний образ; виступає родовою частиною відносно мезообразу й є важливим складником семантичної ієрархії.

- Мезообраз (мезоконцепт) – таксономічна одиниця, наближена до рефлексивного світу мовної особистості; виконує функцію надсистеми або «контролера» ціннісних уявлень, поєднуючи в собі цінність і її антипод.

- Катаобраз (катаконцепт) – дискретне ментальне утворення, що функціонує як базова одиниця індивідуального мисленнєвого коду. Він має впорядковану структуру, є результатом пізнавальної діяльності, несе в собі науково обґрунтовану інформацію про певне явище чи предмет та інтерпретується як суспільною, так і індивідуальною свідомістю.

Так, можемо вважати образ УКРАЇНА / UKRAINE у зарубіжному медіа просторі є гіпообразом, який в свою чергу може складатися з мезообразів UKRAINE in WAR (що поділяється на катаобрази *Ukrainian army*, *Ukraine needs weapon*), UKRAINE is THE UKRAINIAN CULTURE (що поділяється на катаобрази *Ukrainian Language*, *Ukrainian music*), UKRAINE is STRENGTH (що поділяється на катаобрази *Economic strength*, *Political strength*, *Social strength*, *Military strength*). На нашу думку, така класифікація образів дозволить нам детально дослідити структуру обраного поняття. В ході дослідження доцільним буде керуватися такою послідовністю розгляду образу УКРАЇНА / UKRAINE:

1. на основі текстових матеріалів визначити референтну ситуацію, з якою співвідноситься образ УКРАЇНА / UKRAINE;
2. встановити місце образу УКРАЇНА / UKRAINE в мовній картині світу та національній мовній свідомості через звернення до енциклопедичних та лінгвістичних словників з метою виявлення ядра образу;
3. розглянути структуру образу УКРАЇНА / UKRAINE;
4. залучити до аналізу різноманітні контексти з метою виявлення периферії образу УКРАЇНА / UKRAINE;
5. зіставити отримані результати з аналізом асоціативних ядерних зв'язків, зробити висновки про смисловий зв'язок образу УКРАЇНА / UKRAINE з іншими поняттями.

Активна взаємодія з громадськістю є невід'ємною складовою реалізації ефективної іміджевої стратегії держави. Вона передбачає відкриту комунікацію, чутливість до потреб та очікувань громадян, а також впровадження політики, що сприяє підвищенню якості життя й відповідає суспільним запитам. У цьому контексті ключову роль відіграють сучасні інформаційні технології, які забезпечують державним інституціям можливість оперативно комунікувати з населенням, отримувати зворотний зв'язок, а також ефективно поширювати інформацію про свою діяльність, досягнення та стратегічні цілі. Таким чином, цифрові інструменти виступають важливою складовою іміджевих комунікацій, посилюючи довіру до держави та сприяючи її позитивній репрезентації у внутрішньому й зовнішньому середовищі.

До ефективних інструментів покращення іміджу належать соціальні мережі, офіційні вебсайти, електронні інформаційні бюлетені та мобільні застосунки.

Впровадження іміджевих стратегій значною мірою залежить від раціонального використання цифрових технологій, налагодження позитивної комунікації з громадянами та забезпечення доступу до достовірної, актуальної й зрозумілої інформації. Ці чинники є ключовими для досягнення стратегічних

цілей організації та формування її позитивного публічного образу. У процесі створення позитивного іміджу особливе значення має координація зусиль державних інституцій, засобів масової інформації та експертного середовища. ЗМІ, вплив яких підтверджується даними соціологічних досліджень, залишаються найпотужнішим каналом формування громадської думки та іміджу організацій у сучасному інформаційному суспільстві.

Висновки до розділу 1

У процесі опрацювання першого розділу було розглянуто різноманітні наукові підходи до трактування поняття «образ». Виходячи з аналізу, можна зробити висновок, що образ виступає ключовою операційною одиницею пізнання, що акумулює індивідуальний та колективний досвід, фіксує знання про навколишню дійсність і водночас відображає національно-культурну специфіку мислення та мовленнєвої поведінки представників певної мовної спільноти.

В результаті аналізу основних підходів до визначення поняття «імідж», цей феномен можна можна інтепретувати як форму суспільного сприйняття певного об'єкта, що ґрунтується на принципах довіри, відповідальності, взаєморозуміння та співпраці. Якщо розглядати державу як об'єкт іміджу, то її міжнародна репрезентація формується через систему торговельно-економічних зв'язків, культурних обмінів (зокрема театр, музейні виставки, кінематограф, музичне мистецтво тощо), а також через діяльність засобів масової інформації. Саме ці чинники становлять основу міжнародного іміджу країни та виступають найбільш ефективними інструментами впливу на її сприйняття у світовому інформаційному просторі.

Найдієвішими інструментами у процесі формування іміджу країни виступають засоби масової інформації, зокрема телебачення, радіо, інтернет-платформи та соціальні мережі. Саме через ці канали поширюється

інформація, яка значно підсилює міжнародну впізнаваність держави, акцентуючи увагу на позитивних аспектах її культури, історії та досягнень. Варто зазначити, що ЗМІ, культурні обміни та торговельно-економічна співпраця тісно взаємодіють у процесі формування міжнародного іміджу. Зокрема, торговельні успіхи здатні посилити інтерес до країни як культурного явища, тоді як інформаційно-культурні заходи – популяризувати її економічний і соціальний потенціал. Така взаємодія чинників створює цілісне уявлення про державу в глобальному контексті.

Комунікація є критично важливим чинником для збагачення інформаційного простору, а також для сталого розвитку особистості, суспільства, нації та людства в цілому. Засоби масової інформації виконують ключову функцію в цьому процесі, надаючи не лише фактичну інформацію у вигляді об'єктивних фоторепортажів та новинних повідомлень, а й пропонуючи інтерпретації, оцінки та аналітичні коментарі щодо подій. Інформаційний вплив реалізується через різноманітні канали комунікації, які охоплюють традиційні та цифрові платформи, забезпечуючи ефективну взаємодію між державою, суспільством та глобальною аудиторією.

Застосування медіаресурсів на внутрішньому та міжнародному рівнях сприяє формуванню національного іміджу, який включає репрезентацію історії, культури, економічного потенціалу, наукових досягнень, природних ресурсів, соціального укладу та духовно-ціннісних орієнтацій. Отже, ефективно функціонуючі ЗМІ відіграють визначальну роль у процесі формування громадської думки як усередині країни, так і за її межами.

РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ СФОРМОВАНОГО ОБРАЗУ УКРАЇНИ У ЗАКОРДОННОМУ МЕДІА ПРОСТОРІ

2.1 Аналіз образу України через засоби медіарепрезентації

Мас-медіа, особливо інформаційного спрямування, відіграють провідну роль у процесі формування міжнародного іміджу держави, визначаючи особливості її сприйняття як внутрішньою, так і зовнішньою аудиторією. Сприятливий образ країни виступає одним із ключових чинників м'якої сили, оскільки сприяє налагодженню міжнародних зв'язків, активізації інвестиційних процесів, розвитку туристичної сфери та зміцненню позицій держави на глобальному рівні.

Однією з ключових функцій інформаційних мас-медіа є забезпечення інформаційного супроводу, що створює умови для формування іміджу держави з урахуванням її досягнень, культурних надбань, традицій та ціннісних орієнтирів. Завдяки систематичному висвітленню позитивних подій, успіхів у соціально-економічній сфері, а також культурних проєктів та міжнародної взаємодії, медіа сприяють формуванню сприятливого образу країни як у внутрішньому інформаційному просторі, так і на міжнародному рівні [15, с. 354].

Засоби масової інформації виступають важливим інструментом комунікації як між державою та громадянами, так і з міжнародною спільнотою. Завдяки професійній журналістиці та аналітичному підходу до висвітлення подій медіа сприяють підвищенню обізнаності щодо актуальних проблем, що потребують уваги, а також допомагають запобігати формуванню негативних стереотипів. Якщо говорити не про іноземні медіа, а про незалежні українські інформаційні ресурси, які спрямовані на формування міжнародного іміджу України, варто звернути увагу на діяльність видання «The Kyiv Independent». Воно демонструє здатність об'єктивно інформувати світову

аудиторію про політичні, економічні та соціальні процеси в Україні, забезпечуючи достовірну й репрезентативну картину внутрішньої ситуації.

Інформаційні мас-медіа також відіграють важливу роль у сприянні культурному обміну та розвитку міжкультурного діалогу, що є важливим чинником у процесі формування позитивного іміджу держави. Завдяки популяризації української культури, традицій, мистецьких практик та інноваційних здобутків, медіа формують сприятливе уявлення про Україну на міжнародному рівні. У цьому контексті ЗМІ можуть виступати ефективним комунікаційним посередником між Україною та іншими країнами, стимулюючи міжнародну взаємодію й партнерство [15, с. 356]. Формування іміджу держави відбувається в свідомості цільових аудиторій, на які спрямоване медійне повідомлення.

В умовах сучасних викликів, зокрема конвенційної та інформаційної війни, а також постійних кампаній дезінформації, значення засобів масової інформації істотно зростає. На медіа покладається відповідальність за протидію фейковим новинам і інформаційним маніпуляціям шляхом поширення перевіреної та достовірної інформації, що, у свою чергу, сприяє зміцненню довіри до України в очах міжнародної спільноти.

Отже, засоби масової інформації виступають ключовим інструментом у процесі формування позитивного іміджу держави, реалізуючи функції інформаційного супроводу, комунікативної взаємодії та культурного обміну. Ці аспекти сприяють зміцненню міжнародних позицій країни, підтримці її стабільності та сталому розвитку в умовах глобалізованого світу та частих геополітичних криз.

Комунікативні технології, що застосовуються для формування міжнародного іміджу держави, базуються на комплексі заходів, спрямованих на захист національних інтересів та їхнє ефективне представлення на глобальній арені. Важливою складовою таких технологій є інформування світової спільноти про геополітичні, економічні, географічні та інші характеристики країни, а також про динаміку їхнього розвитку й досягнення

[24]. Цільовою аудиторією зовнішньополітичної комунікації виступають не лише іноземні держави, а й міжнародні та регіональні організації, транснаціональні корпорації, політичні лідери, особи, що ухвалюють стратегічні рішення, представники політичних і бізнесових еліт, а також світова громадськість.

Засоби масової інформації й надалі відіграватимуть значну роль у процесі формування репутації, публічного образу та міжнародного іміджу. Їхній вплив зумовлений здатністю оперативно поширювати інформацію й привертати суспільну увагу до широкого кола питань [10]. Незважаючи на те, що друкована преса вже втратила статус основного джерела новин для більшості аудиторії, вона зберігає вплив на формування суспільного «порядку денного» та на перебіг публічних дискусій. Зокрема для осіб, що активно цікавляться політикою, газети й надалі залишаються важливим джерелом аналітичної інформації [10].

Важливим чинником є також спосіб подачі інформації в засобах масової комунікації – зокрема, контекст, у якому інтерпретуються ті чи інші події чи явища. У багатьох випадках саме сформований у медіа політичний імідж держави має більше значення для її сприйняття, ніж реальні об'єктивні характеристики [10].

Сучасні медіа активно застосовують різноманітні комунікативні стратегії для конструювання публічного іміджу країни та формування громадської думки. Серед таких прийомів – замовчування певних фактів, посилене акцентування на інших, поширення суперечливої інформації, використання емоційно забарвлених візуальних та мовних елементів, а також апеляція до домінантних цінностей цільової аудиторії. Значну роль відіграє контекст, у якому подається інформація: інтерпретація подій та явищ залежить від загальної медійної рамки. У багатьох випадках саме сконструйований політичний імідж держави має більший вплив на сприйняття, ніж її об'єктивні характеристики [10].

У сучасних умовах засоби масової інформації виступають головним оперативним посередником між політичними елітами та громадськістю. Незалежні медіа здатні підтримувати розвиток громадянського суспільства, що очікує від державної влади раціональних і реформаторських рішень, спрямованих на захист суспільного блага в політичній, економічній та соціальній сферах. Водночас чим більше медіа ігнорують реальні потреби та запити громадськості, тим меншим стає їхній суспільний вплив, а рівень довіри та авторитету – знижується. У контексті вітчизняного медіапростору варто враховувати, що значна частина політичних суб'єктів володіє підконтрольними ЗМІ, які виконують функції інформаційного впливу відповідно до заданого політичного замовлення. У зв'язку з цим критично важливо здійснювати контекстуальний аналіз інформаційних повідомлень. У глобальному інформаційному просторі саме професійна медіа-репрезентація та впізнаваність країни відіграють ключову роль у формуванні міждержавних відносин. Сучасне уявлення про державу, зокрема її політичний імідж, значною мірою формується під впливом ЗМІ [17] і стає визначальним чинником її міжнародної конкурентоспроможності.

Сприятливий образ країни на міжнародній арені є вагомим чинником підвищення ефективності експортно-орієнтованих галузей та залучення іноземного капіталу до національної економіки. Такий імідж фактично формує фундамент міжнародної конкурентоспроможності країни [9, с. 79].

Важливою складовою міжнародного іміджу держави є туристична галузь, яка виступає одним із найефективніших інструментів ознайомлення іноземної аудиторії з унікальністю країни. Формування позитивних асоціацій, пов'язаних із державою, має суттєве значення для її загального сприйняття. Органи влади, відповідальні за розроблення іміджевої стратегії, повинні чітко усвідомлювати, як країна репрезентується в іноземному медіапросторі, адже без об'єктивного розуміння реального стану речей неможливо сформувати ефективну концепцію національного бренду [8, с. 233]. Отже, створення

стабільного та позитивного іміджу держави, що сприятиме зміцненню її конкурентних позицій на світових ринках, є складним і тривалим процесом.

Імідж держави та рівень її міжнародного авторитету істотно визначаються внутрішнім станом країни – зокрема рівнем економічного розвитку, функціонуванням демократичних інституцій, зрілістю громадянського суспільства, політичною культурою населення та низкою інших чинників [16]. Отже, формування позитивного іміджу держави за допомогою медіа не може бути відірване від реального соціально-політичного, економічного й культурного контексту, а також від унікальних рис, притаманних лише цій країні. Саме ці елементи, набуваючи міжнародного звучання, поступово формують уявлення про державу в глобальному інформаційному просторі та мають слугувати об'єктивною основою для стратегічного конструювання її іміджу.

Усі специфічні риси, які транслиються засобами масової інформації, формують складові політичного іміджу держави. Політичний імідж країни являє собою сконструйовану та цілеспрямовано змодельовану репрезентацію держави, що призначена для сприйняття міжнародною аудиторією в межах комунікаційної взаємодії [16].

Варто підкреслити, що засоби масової інформації мають здатність вибірково висвітлювати окремі характеристики держави, водночас залишаючи поза увагою інші, а також маніпулювати наявними фактами щодо її особливостей, динаміки розвитку та поведінки політичного керівництва. Попри те, що сформований імідж має бути цілісним, ієрархія його складових може змінюватися залежно від цільової аудиторії. У цьому контексті важливою складовою процесу медіа-конструювання іміджу держави є зовнішня оцінка цієї репрезентації. Лише з урахуванням реакцій, зауважень і очікувань представників інших культурних або політичних спільнот можливо виявити пріоритетні напрями для подальшого вдосконалення іміджевої стратегії держави [18, с. 92].

Держава завжди постає перед зовнішнім світом із певним іміджем. Його сприйняття формується як під впливом того, що країна свідомо транслює назовні, так і на основі подій, що відбуваються поза межами державного контролю. Водночас важливу роль у цьому процесі відіграють стійкі стереотипи. Зовнішнє уявлення про державу значною мірою віддзеркалює її внутрішній стан, тому інформаційне супроводження різних аспектів суспільно-політичного життя не може залишатися без належної уваги [15, с. 352]. Нерідко медіа формують образ країни не стільки на основі достовірної інформації, скільки шляхом відтворення сконструйованих позитивних наративів, ідеалізованих образів або міфів. У цьому контексті держава чи її офіційні представники намагаються просувати лише сприятливу для себе інформацію відповідно до власного бачення. Такий імідж, що розрахований на покращення сприйняття країни або конкретного суб'єкта, зазвичай підтримується більшістю медіа в межах держави або певної політичної сили.

У контексті іміджевої політики держави як комунікаційного суб'єкта зазвичай виокремлюють два основні типи іміджу. Перший – це імідж, який цілеспрямовано створюється і транслюється самою державою, відомий як трансльований імідж або «імідж-message». Другий – це імідж, що формується у свідомості зовнішньої аудиторії в процесі сприйняття, і позначається як імідж-ефект або «Е-імідж». Саме останній відіграє довгострокову роль у політичному контексті, оскільки репрезентує результат інтерпретації обраної позиції держави [15, с. 354]. Ступінь привабливості, швидкість поширення та форма подачі інформації про події, явища, персоналії, нації чи країни значною мірою визначають, наскільки створений імідж буде сприйматися як достовірний і відповідатиме очікуванням цільових аудиторій.

У подібний спосіб відбувається і формування негативних наративів, так званих антимифів, які спрямовані на дискредитацію або знецінення окремих осіб, подій чи явищ у суспільній свідомості. Саме цим можна пояснити підвищену увагу урядів окремих країн до інформаційних потоків як внутрішнього, так і зовнішнього характеру, а також прагнення до повного

контролю над національними медіаресурсами. Актуальність цього питання значно зростає в умовах інформаційних війн, зовнішньої пропагандистської інтервенції та загроз інформаційного тероризму.

Серед дієвих практичних заходів, спрямованих на покращення або цілеспрямоване формування позитивного іміджу держави, значну роль відіграє використання потенціалу як національних, так і міжнародних медіа. До таких заходів можна віднести: налагодження міжсекторальної співпраці за участю представників державних інституцій, бізнесу, культурного та освітнього середовищ, а також засобів масової інформації; проведення досліджень щодо сприйняття країни як серед власного населення, так і в міжнародному контексті; залучення лідерів громадської думки до оцінки сильних і слабких сторін національного іміджу та співставлення цих оцінок з емпіричними даними; розроблення цілісної інформаційної стратегії держави з урахуванням як коротко-, так і довгострокових цілей у глобальному інформаційному просторі; створення спеціалізованого державного органу, відповідального за накопичення й адаптацію міжнародного досвіду в сфері іміджевої політики, визначення комунікативної стратегії, поширення позитивної інформації про державу, а також за моніторинг якісних і кількісних показників інформаційної присутності країни за кордоном. До таких заходів також належать ініціювання масштабних внутрішніх подій, здатних викликати позитивний резонанс на міжнародному рівні; підвищення авторитету політичних та інтелектуальних еліт; активне залучення діаспори до формування зовнішньополітичного іміджу держави [15, с. 357]. Водночас варто наголосити, що негативний імідж є деструктивним чинником для державної політики та загальної міжнародної репутації країни, яка прагне утвердження своєї конкурентоспроможності на світовій арені. Залучення медіаресурсів до процесу формування іміджу держави сприяє досягненню її стратегічних цілей і підтримці ключових напрямів зовнішньої політики [21, с. 7].

Завдяки медіа, включаючи інтернет-ресурси та інші медіаплатформи, держава отримує змогу здійснити зовнішню оцінку свого іміджу, ідентифікувати його слабкі сторони та проаналізувати рівень міжнародного сприйняття. Такий зворотний зв'язок дає можливість виявити комунікаційні помилки та окреслити нові шляхи позиціонування, орієнтовані на популяризацію позитивних сторін національного образу. Засоби масової інформації виступають не лише каналом передачі повідомлень, а й потужним інструментом – а подекуди і зброєю – що може істотно впливати на ефективність формування політичного іміджу країни, зокрема в контексті реалізації її стратегічних цілей та програм. Преса та інші ЗМІ є визначальною силою в конструюванні іміджу держави на міжнародній арені, постійно впливаючи на його динаміку як у позитивному, так і в негативному напрямі.

Ефективна інформаційна політика, що спирається на грамотне використання інформаційних мас-медіа та відповідний набір комунікативних інструментів, здатна як сприяти відновленню позитивного іміджу держави, так і, навпаки, завдати йому довготривалої шкоди. У сучасних умовах поразка у інформаційній чи гібридній війні або втрата позицій у глобальному медіапросторі значно ускладнює процес відновлення міжнародної довіри, позитивного сприйняття та лояльності до держави. Як наслідок інформаційної слабкості або комунікативних прорахунків, країна може зазнати суттєвих втрат – як у сфері вигідних економічних домовленостей та інвестиційної привабливості, так і щодо своєї загальної конкурентоспроможності на світовій арені у найближчій перспективі.

Роль засобів мас-медіа у формуванні іміджу державних інституцій та держави загалом важко переоцінити, адже саме медіа здатні суттєво впливати на громадську думку, посилюючи як позитивне, так і негативне сприйняття з боку населення. Основна мета інформаційної політики органів державної влади на всіх рівнях полягає в забезпеченні поінформованості громадян про напрями діяльності держави, формуванні суспільного розуміння цих дій і, як

наслідок, залученні громадськості до їхньої підтримки та практичної реалізації.

Таким чином, на основі проведеного аналізу ми можемо стверджувати, що засоби масової інформації володіють потужним потенціалом не лише для цілеспрямованого формування інформаційних складових іміджу держави з урахуванням специфіки цільової аудиторії, але й для завдання суттєвої репутаційної шкоди. У цьому контексті ЗМІ виступають як двосічний інструмент, здатний як конструювати, так і руйнувати імідж країни. Вони відіграють роль каталізатора безперервних змін, що стосуються як зовнішнього, так і внутрішнього сприйняття держави, а також функціонують як механізм громадського контролю за її діями на міжнародній арені. Завдяки широкому спектру комунікативних стратегій – від акцентування окремих подій до їх повного замовчування – медіа активно формують інформаційний простір, визначаючи, які факти привернуть увагу глобальної спільноти.

2.2 Аналіз іміджу України закордоном

Формування позитивного міжнародного іміджу, образу України є одним із ключових викликів сучасності, адже негативне сприйняття держави на глобальному рівні може розцінюватися як потенційна загроза її національній безпеці. У зв'язку з цим актуальна іміджева політика України має бути зосереджена передусім на захисті стратегічних національних інтересів та утвердженні культурної суб'єктності країни в міжнародному інформаційному та символічному просторі.

Починаючи з 2014 року, російський політичний режим систематично поширював наратив про нібито неспроможність України як держави, акцентуючи на її нездатності функціонувати як стабільна економічна та політична одиниця. У глобальному дискурсі такі країни часто розглядаються як осередки нестабільності. Однак повномасштабне вторгнення Російської

Федерації в Україну в лютому 2022 року стало поворотним моментом, у межах якого Україна змогла переконливо довести світовій спільноті свою державну спроможність, інституційну стійкість та національну консолідованість. Натомість саме сучасна Росія, з її авторитарною моделлю управління та системними проявами агресії, дедалі більше наближається до характеристик так званої «неспроможної держави» (failed state).

Формування позитивного образу держави на міжнародній арені свідчить про її значущість у політичному та економічному вимірах і є важливим індикатором авторитету країни у світовій спільноті. Сприятливий імідж держави не лише зміцнює її міжнародні позиції, але й сприяє зростанню патріотичних настроїв серед громадян, що, у свою чергу, створює основу для сталого економічного, політичного та соціального розвитку. В умовах тривалої інформаційної агресії з боку Російської Федерації, яка триває з 2014 року, особливої актуальності набуває стратегічне завдання – послідовне формування позитивного іміджу України та підвищення її престижу як на глобальному рівні, так і в національному інформаційному просторі.

Протягом тривалого періоду Україна посідала неоднозначне місце в системі міжнародних уявлень, часто позиціонуючись як держава перехідного типу, що супроводжувалася стійкими асоціаціями з корупційними проявами та політичними скандалами. Відповідні позиції України в низці глобальних рейтингів лише підтверджували подібне сприйняття. Негативний імідж країни формувався під впливом низки чинників, серед яких – високий рівень корупції, управлінська безвідповідальність і недостатня компетентність чиновництва, закритість державних інституцій, нестабільність правового поля, несистемний характер реформ, несприятливий інвестиційний клімат, переважання декларативної риторики над практичними діями, відсутність цілісної стратегії зовнішньої комунікації, а також низький рівень розвитку сервісної інфраструктури [22, с. 22].

До початку повномасштабного вторгнення Російської Федерації в лютому 2022 року, Західна спільнота здебільшого сприймала Україну як

державу з ознаками неспроможності, які часто асоціювалися з вищезгаданим пропагандистським концептом «failed state». Починаючи з 2014 року, російський режим систематично нав'язував міжнародній аудиторії наратив про Україну як про «державу, що не відбулася». Відповідно до загальноприйнятого тлумачення, failed state – це країна, яка, попри наявність зовнішніх ознак державності, неспроможна функціонувати як життєздатна економічна та політична структура. Така держава або має надто слабкий центральний уряд, який не контролює частину (або більшість) своєї території, або ж навпаки – характеризується надмірно авторитарною владою, що системно обмежує права й свободи населення. У будь-якому з цих випадків легітимність уряду в очах міжнародної спільноти є вкрай низькою, а його позиції – переважно ігноруються в міждержавних відносинах [22, с. 23].

Міжнародна практика свідчить про те, що окремі держави можуть становити джерело глобальних загроз – від екологічної деградації до поширення тероризму, зброї масового ураження та ініціювання збройних конфліктів. Водночас після початку повномасштабної агресії Російської Федерації в лютому 2022 року Україна продемонструвала світові свою здатність функціонувати як стійка, консолідована та відповідальна держава в політичному, економічному та безпековому вимірах. Натомість саме РФ, враховуючи її агресивну зовнішню політику, системні порушення міжнародного права та авторитарну модель управління, дедалі більше відповідає характеристикам держави, що втратила легітимність і функціональну дієздатність у глобальному контексті.

Повномасштабне вторгнення Російської Федерації стало визначальним фактором у трансформації міжнародного сприйняття України та значно прискорило процеси її європейської інтеграції. Україна та її громадяни продемонстрували чітку прихильність до європейського шляху розвитку, засвідчивши готовність дотримуватися міжнародних стандартів у сфері гуманітарного та правового права. Це, у свою чергу, сприяло формуванню

позитивного ставлення з боку країн-членів Європейського Союзу щодо підтримки євроінтеграційних прагнень України.

Внаслідок ухваленого рішення 23 червня 2022 року Україна отримала статус країни-кандидата на вступ до Європейського Союзу. Відтак подальша євроатлантична інтеграція України, зокрема взаємодія з ЄС та НАТО, залежатиме як від внутрішньополітичної стабільності, так і від зовнішніх чинників, серед яких – характер і тональність висвітлення українських подій у закордонних медіа. Негативне інформаційне відображення подій, що відбуваються в Україні, здатне сформувати викривлене уявлення про державу у світовому суспільстві, що, своєю чергою, ускладнює реалізацію її інтеграційних прагнень. У цьому контексті надзвичайно важливим є розроблення й постійне вдосконалення ефективних стратегій протидії інформаційним загрозам, а також підвищення якості національної та міжнародної іміджевої політики.

У сучасних умовах Україна стикається з низкою додаткових викликів, пов'язаних із її сприйняттям з боку міжнародної спільноти та західних партнерів. Важливим завданням є демонстрація реального поступу в процесі впровадження структурних реформ, які підтримуються інституціями Європейського Союзу та міжнародними організаціями. Для формування позитивного іміджу як на внутрішньому, так і на міжнародному рівнях, необхідним є здійснення послідовних політичних, соціальних, культурних та економічних змін, що матимуть реальний реформаторський зміст. У цьому контексті урядом України в останні роки було ініційовано низку реформ, спрямованих на вдосконалення механізмів внутрішньої та зовнішньої політики, модернізацію правової системи та стимулювання економічного зростання. Водночас внутрішні суперечності в українському політичному середовищі щодо напрямів реформ і зовнішньополітичного курсу ускладнюють сприйняття України як прогнозованого й стабільного партнера, що породжує сумніви у міжнародних акторів щодо чіткості стратегічної траєкторії її національного розвитку.

Міністерство закордонних справ України виконує ключову роль у процесі формування міжнародного іміджу держави, що зумовлено специфікою функціональних обов'язків, традиційно покладених на зовнішньополітичне відомство. У Положенні про Міністерство закордонних справ України чітко окреслено основні напрями його діяльності, зокрема завдання щодо забезпечення «підтримку України в глобальному інформаційному просторі, підвищення її міжнародного авторитету та створення позитивного іміджу держави як надійного і передбачуваного партнера» [23].

В умовах повномасштабної війни, розв'язаної Російською Федерацією проти України, питання культурної дипломатії набуває особливої актуальності. Як інструмент «м'якої сили», культурна дипломатія передбачає формування національного образу та іміджу шляхом налагодження міжкультурних зв'язків і співпраці, що здійснюються як на державному, так і на суспільному рівнях. Від моменту здобуття незалежності у 1991 році Україна поступово розвивала цей напрям, однак усвідомлення його стратегічного значення значно посилилося після Революції Гідності. Починаючи з 2015 року, Міністерство закордонних справ України системно працює над розвитком культурної дипломатії, зокрема шляхом створення спеціалізованого департаменту та ініціювання мережі «клубів культурної дипломатії». Однак саме з початком повномасштабного вторгнення з боку РФ культурна дипломатія стала одним із ключових інструментів міжнародного представлення держави. Завдяки активній участі митців, дипломатів і громадянського суспільства культурні ініціативи перетворилися на ефективний засіб протидії агресії, зміцнюючи позитивний імідж України у світі та слугуючи символічною відповіддю на жорсткі форми сили, що застосовуються супроти країни [23].

Міжнародний імідж держави формується під впливом цілого ряду чинників, серед яких особливо важливу роль відіграють економічні контакти, культурна взаємодія та діяльність засобів масової інформації. Саме ці канали

є ключовими механізмами формування глобального уявлення про країну. Водночас істотний внесок у створення позитивного образу держави мають національна патріотична ідея та мовна політика. Мова виступає базовим елементом національної ідентичності, а її підтримка, розвиток і захист є визначальними для іміджевої стратегії країни. Як підкреслює провідний український лінгвіст, «мовна політика – це складова частина національної політики», і без неї повноцінне здійснення останньої є фактично неможливим [10]. Відсутність ефективної мовної політики на міжнародному рівні може мати деструктивні наслідки, зокрема сприяти закріпленню або відродженню негативних стереотипів щодо українців, особливо в умовах, коли держава не здатна їх захистити. Такі соціокультурні виклики мають прямий вплив на політичну репутацію країни, завдаючи відчутної шкоди міжнародному іміджу незалежної України [10].

Міжнародний імідж держави має надзвичайно важливе значення, оскільки він охоплює позитивну впізнаваність країни, сприяє популяризації національної продукції, розвитку туристичної галузі та реалізації інших стратегічних цілей. Окрім того, сформований позитивний імідж виконує функцію гаранта безпеки для громадян за кордоном, захисту національних інтересів, зокрема територіальної цілісності та права власності. Водночас Україна не має порівняних з провідними геополітичними гравцями ресурсів для реалізації масштабних іміджевих кампаній. На відміну від США, що активно застосовують інструменти впливу, чи Китаю, який реалізує стратегії «м'якої сили», Україна обмежена у використанні потужних медіаресурсів, зокрема в порівнянні з Російською Федерацією. У цьому контексті основним чинником просування позитивного образу України на міжнародній арені залишаються конкретні дії, які підтверджують її послідовність, відкритість і надійність у зовнішньополітичних і внутрішньодержавних процесах.

Проте саме в цій площині Україна стикається з серйозними викликами. Хронічні корупційні скандали, внутрішньополітичні конфлікти, епізоди зовнішньополітичного тиску та залежності від міжнародної допомоги – це

реальні обставини, які неможливо компенсувати лише інформаційними кампаніями. Саме такі фактори, закладені ще попередніми політичними елітами, сприяли формуванню уявлення про Україну як про зручний об'єкт для маніпуляцій, апробації політичних стратегій або досягнення зовнішньополітичних цілей. Достатньо пригадати навіть не самі останні події початку нового строку президента Дональда Трампа, а і той широкий міжнародний резонанс навколо спроби імпічменту цього президента США, пов'язаної з телефонною розмовою з Володимиром Зеленським, ув'язнення Пола Манафорта, а також затяжні дискусії щодо ролі України у внутрішньополітичних процесах США, зокрема у зв'язку з сином Джо Байдена.

З метою ефективного покращення міжнародного іміджу Україна має зосередитися не на поверхневих інформаційних кампаніях, а на глибоких змінах у підходах до внутрішньої та зовнішньої політики. Ключовими напрямками у цьому процесі є: послідовне дотримання міжнародних зобов'язань, практична реалізація загальнолюдських та національних цінностей, збереження суб'єктності та гідності у діалозі з західними партнерами, а також створення таких соціально-економічних умов, які б сприяли зниженню масштабів трудової міграції. Саме ці складові можуть стати фундаментом для формування стійкого й позитивного образу України на глобальному рівні.

В умовах сучасних викликів та майбутніх трансформацій Україна постає перед необхідністю переосмислення й оновлення мовної політики та національної ідеї. Їхнє концептуальне наповнення має бути адаптоване до поточних реалій та відповідати масштабним цивілізаційним, геополітичним і соціально-економічним змінам, що очікують на країну. Це вимагає модернізації національної ідеї шляхом її наповнення змістом, узгодженим із прогресом у науковій, інформаційній та культурній сферах [12]. Важливим завданням є посилення позитивної інформаційної присутності України у вітчизняних та зарубіжних медіа, з акцентом на формування цілісного іміджу

держави та сучасної української ідентичності, а не персоналізацію політичного дискурсу. У контексті збройної агресії з боку Росії особливої значущості набуває розвиток культурної дипломатії як одного з ключових інструментів «м'якої сили». У цьому напрямі доцільно звернутися до міжнародного досвіду, зокрема США та європейських країн, які мають досвід ефективного використання культурної дипломатії для формування сприятливого міжнародного образу. У наш час, щоб ефективно формувати позитивний міжнародний образ України, нетрадиційні дипломатичні методи, зокрема цифрова дипломатія, набувають все більшого значення. Для повноцінного та систематичного використання її можливостей необхідно: оптимізувати ведення офіційних сторінок Президента та Міністерства закордонних справ України в соціальних мережах: розробити детальну програму, що враховуватиме сучасні тренди та дозволить ефективно комунікувати з аудиторією, розширити арсенал інструментів цифрової дипломатії: впровадити нові технології, платформи та методи комунікації, щоб охопити ширше коло аудиторії, підвищити онлайн-активність українських урядовців та дипломатів: активно використовувати соціальні мережі для взаємодії з громадськістю та спілкування з іноземними колегами, забезпечити переклад сторінок українських урядовців та дипломатів на іноземні мови: це дозволить залучити ширшу аудиторію як всередині країни, так і за її межами [13, с. 71].

2.3 Висвітлення української культури в закордонному медіа просторі

Попри активну діяльність державних інституцій у сфері формування позитивного іміджу України, залишається низка викликів і ризиків, які ускладнюють досягнення стабільних і результативних змін. Серед основних проблем варто виокремити недостатню ефективність реалізації стратегічних

документів, спрямованих на просування позитивного образу держави, а також відсутність належної координації між різними державними структурами, відповідальними за іміджеву політику [11]. Наявні нормативні акти, які декларують наміри України щодо активної присутності у глобальному інформаційному середовищі, потребують суттєвого оновлення, оскільки їх виконання часто має формальний характер і не забезпечує досягнення очікуваних результатів. Додатковим стримувальним чинником є недостатній рівень державного фінансування, що суттєво обмежує можливості реалізації комплексної та ефективної інформаційно-іміджевої стратегії України.

У 2018 році Україна ініціювала масштабну міжнародну маркетингову кампанію «Ukraine Now», основною метою якої було формування позитивного іміджу держави на глобальному рівні. Кампанія передбачала залучення іноземних інвестицій, розвиток туристичного потенціалу та зміну усталеного сприйняття України в міжнародному інформаційному просторі [11]. Незважаючи на інноваційність концепції створення національного іміджевого бренду, реалізація ініціативи виявилася малоефективною через обмежене фінансування та недостатній рівень інституційної підтримки. На сьогоднішній день загальний рівень іміджевої політики держави залишається незадовільним. Досягнення бажаних результатів вимагає створення ефективної інституційної моделі, яка спеціалізуватиметься на формуванні міжнародного образу України, з відповідним кадровим забезпеченням, фінансуванням і нормативною базою. Також доцільним є налагодження партнерської співпраці з існуючими організаціями та компаніями, що працюють у сфері просування іміджу країни. Для побудови по-справжньому дієвої іміджевої стратегії необхідно здійснити ґрунтовний аналіз попередніх недоліків і провести комплексну реорганізацію підходів до брендингу України на міжнародній арені.

В умовах збройної агресії з боку Російської Федерації надзвичайно важливим є забезпечення достовірного й стратегічно виваженого висвітлення подій, пов'язаних із конфліктом, з метою захисту національних інтересів

України та формування її позитивного іміджу на міжнародній арені. У цьому контексті моніторинг медіапростору набуває особливої ваги та стає пріоритетним завданням для українських дослідників і фахівців у сфері інформаційної політики. Системна протидія дезінформаційним кампаніям та пропагандистським впливам з боку Росії є критично необхідною умовою для забезпечення інформаційної безпеки держави та підтримки її міжнародного авторитету.

Україна стикається з низкою критичних викликів у сфері інформаційної безпеки та стратегічних комунікацій. Недостатня ефективність і непослідовність державної інформаційної політики спричиняють фрагментарність інформаційного простору та створюють враження відсутності узгодженого і впізнаваного «голосу країни» на міжнародному рівні. Відсутність єдиної комунікаційної лінії з боку українських медіа щодо ключових питань сприяє розмиванню іміджу держави та знижує його впливовість. До цього додаються внутрішні проблеми: низький рівень організаційної культури в українській журналістиці та недостатній рівень медіаграмотності серед населення, що робить країну вразливою до деструктивних інформаційних впливів, зокрема з боку російської пропаганди. Російські інформаційні структури діють злагоджено та системно, демонструючи більшу ефективність у поширенні наративів серед широкої аудиторії, включаючи західні країни. Обмежена медіаграмотність частини міжнародної спільноти, а також активність проросійських агентів впливу в західному інформаційному середовищі створюють сприятливі умови для поширення маніпулятивних наративів, що ускладнює формування об'єктивного уявлення про Україну.

Поєднання агресивної російської пропаганди, слабкої інформаційної присутності України на міжнародній арені та тенденції до сприйняття її як держави, нездатної до самостійної політики, створило серйозну загрозу закріплення негативного образу «Ukraine is a failed state». Зниження рівня медійної уваги до української тематики за межами країни у 2021-2022 роках

призвело до того, що питання підтримки України поступово втратило актуальність у політичних порядках денних західних урядів. Однак повномасштабна агресія Російської Федерації кардинально змінила ситуацію, повернувши Україну у фокус міжнародної уваги. Водночас для забезпечення стійкої та позитивної репрезентації України необхідно послідовно продовжувати зусилля як з боку національних ЗМІ, так і державних інституцій [10]. Особливої уваги потребує розвиток освітньої та наукової співпраці з іноземними університетами, а також активне залучення представників української діаспори до участі в міжнародному інформаційному дискурсі з метою посилення позицій України у глобальному комунікаційному середовищі.

Таким чином, у сучасних умовах формування позитивного міжнародного іміджу України виступає одним із пріоритетних завдань як для державних інституцій, так і для громадянського суспільства. Ефективна іміджева стратегія має базуватися насамперед на захисті національних інтересів та системній протидії інформаційним викликам і загрозам, що постають у глобальному комунікаційному середовищі.

Незважаючи на ворожі дії Росії та непрості часи, що переживає Україна, її європейська спрямованість залишається незмінною.

Ця мета об'єднує: політичні сили України, українське суспільство загалом. Європейська інтеграція – це стратегічна ціль зовнішньої політики України. Це – візія, що надихає і веде до єдиної мети [18, с. 88]. Україна демонструє свою ключову роль у формуванні майбутнього світового безпекового порядку. Завдяки мужній боротьбі українського народу, стійкості української культури зовнішня агресія не переросла в глобальну загрозу [18, с. 89]. Отже, Україна повинна активно працювати над створенням власного сильного та стабільного позитивного іміджу на світовій арені та збереженням власної культурної ідентичності.

Попри агресивні дії Російської Федерації та складні обставини, в яких перебуває Україна, стратегічний курс на європейську інтеграцію залишається

незмінним. Ця мета об'єднує як політичні еліти, так і широкі верстви українського суспільства. Європейський вектор розвитку визначено пріоритетом зовнішньої політики України та водночас – надихаючим баченням, що об'єднує державу навколо спільної мети [18, с. 88]. У нинішніх умовах Україна відіграє важливу роль у формуванні майбутньої архітектури глобальної безпеки. Завдяки героїчному опору українського народу та культурній стійкості, зовнішня агресія не перетворилася на повномасштабну міжнародну кризу [18, с. 89]. У цьому контексті Україні необхідно активно працювати над побудовою сильного, стабільного та позитивного іміджу на міжнародній арені, одночасно забезпечуючи збереження і розвиток власної культурної ідентичності.

Висновки до розділу 2

Узагальнюючи результати аналізу, проведеного в межах цього розділу, слід наголосити, що засоби масової інформації посідають провідне місце у процесі формування репутації, публічного образу та міжнародного іміджу держави. Їхній вплив зумовлений унікальною здатністю до масштабного поширення інформації, а також до формування суспільної уваги до ключових політичних, соціальних і культурних питань.

Сучасні медіа активно застосовують різноманітні комунікативні стратегії з метою формування громадської думки та створення іміджу окремих суб'єктів, зокрема держав. До таких практик належать вибіркове подання інформації: замовчування одних фактів і акцентування уваги на інших, поширення суперечливих повідомлень, використання емоційно забарвлених візуальних образів і риторичних фігур, а також апеляція до домінуючих ціннісних орієнтирів суспільства. Особливу увагу слід приділяти контексту, у якому інформація подається, оскільки саме він значною мірою визначає інтерпретацію подій. У багатьох випадках сформований медіаобраз держави,

зокрема її політичний імідж, має значно більший вплив на сприйняття, ніж її фактичні характеристики.

З огляду на наявні виклики, пов'язані з недосконалим міжнародним сприйняттям України як політично та економічно нестабільної держави, можна стверджувати, що країна потребує перегляду принципів відповідальності у внутрішній та зовнішній політиці. Серед пріоритетних напрямів покращення міжнародного іміджу України варто виокремити: неухильне дотримання міжнародних зобов'язань, послідовне утвердження загальнолюдських і національних цінностей, збереження гідності та суб'єктності в діалозі з західними партнерами, а також створення соціально-економічних умов, що сприятимуть зменшенню масштабів трудової міграції. Реалізація цих кроків може стати фундаментом для формування стабільного і позитивного образу України на міжнародній арені.

У цьому розділі особливу увагу приділено необхідності оновлення мовної політики та переосмислення національної ідеї України з урахуванням актуальних викликів сучасності та очікуваних цивілізаційних, геополітичних і економічних трансформацій. Концептуальні засади національної ідеї потребують модернізації з метою їх узгодження з поточними тенденціями наукового, інформаційного та культурного розвитку. Одним із ключових завдань у цьому контексті є розширення присутності позитивного інформаційного контенту про Україну в медіапросторі, зі зміщенням акценту з персоніфікованого політичного дискурсу на формування цілісного національного іміджу та актуалізацію модернізованої української ідентичності. У зв'язку з триваючою агресією з боку Росії особливої ваги набуває розвиток культурної дипломатії як інструменту «м'якої сили». З огляду на міжнародний досвід, зокрема Сполучених Штатів Америки та країн Європи, доцільним є адаптація їхніх підходів до формування позитивного образу держави через культуру, гуманітарну співпрацю та ціннісну комунікацію.

В умовах збройної та інформаційної агресії з боку Російської Федерації особливого значення набуває об'єктивне й стратегічно вивірене висвітлення подій, пов'язаних із конфліктом, з метою захисту національних інтересів України та формування її позитивного образу у світі. У цьому контексті моніторинг закордонних засобів масової інформації виступає одним із пріоритетних завдань для українських науковців і фахівців у сфері медіакомунікацій. Системна протидія російській пропаганді в міжнародному інформаційному просторі є критично важливою складовою інформаційної безпеки держави та чинником підтримки її репутації на глобальному рівні.

РОЗДІЛ 3 ДОСЛІДЖЕННЯ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ УКРАЇНИ У СУЧАСНОМУ ЗАРУБІЖНОМУ МЕДІАПРОСТОРІ

3.1 Формування образного сприйняття України під час війни у сучасних зарубіжних медіа

Російсько-українська війна надзвичайно вплинула на сприйняття людей, що призвело до змін у поведінці, змін у споживанні енергії та зміни медіа-уподобань. Заангажованість громадськості та політичні схильності вплинули на реакцію на важливі урядові рішення, такі як надання зброї Україні та запровадження санкцій проти Росії.

У цьому ландшафті ЗМІ та платформи соціальних медіа значно впливають на громадську думку під час конфлікту. Мова та тон формують ставлення до подій у новинах і публікаціях у соціальних мережах. Новий звіт Trend Report від Statista «Настрої громадськості та ЗМІ щодо російсько-української війни» досліджує взаємодію між світовою громадською думкою, висвітленням у ЗМІ та настроями в соціальних мережах. Нами була проаналізована інформація, яка дозволила надати статистичні відомості, наведені у таблиці 3.1.

Збірка включає близько мільйона статей вісьмома мовами, які були опубліковані за останні 2,5 роки. Щоб зберегти обсяг цього дослідження в межах розумного, ми обмежили вибірку даних за такими критеріями:

- з найавторитетніших і найбільш цитованих західних ЗМІ;
- ми проаналізували лише заголовки англійською мовою;
- лише ті заголовки, які містять слова «Україна» або «український».

Нами була використана інформація з сайту data.voxukraine.org

Таблиця 3.1 – Кількість статей щодо подій в Україні в зарубіжних виданнях [1].

ЗМІ	Веб-Сторінка	Країна	К-ть заголовків
Reuters	reuters.com	Великобританія	4875
Bloomberg	bloomberg.com	США	1030
Wall Street Journal	wsj.com	США	638
New York Times	nytimes.com	США	558
ABC News	abcnews.go.com	США	501
The Guardian	theguardian.com	Великобританія	492
Washington Post	washingtonpost.com	США	450
Fox News	foxnews.com	США	434
BBC	bbc.com	Великобританія	423
Financial Times	ft.com	Великобританія	415
Associated Press	ap.org	США	278
CNN	cnn.com	США	255
США сьогодні	usatoday.com	США	199
Times	time.com	США	79

Зауважимо, що на війну склалися дві точки зору. В Україні та більшості західних країн переважають негативні погляди на Росію, причому 69 відсотків респондентів у США мають дуже негативне сприйняття. Ці регіони вважають, що війна має тривати, поки Україна не поверне свою територію. І навпаки, країни з нейтральними або проросійськими урядами вважають Росію сильнішою з початку конфлікту, причому 63 відсотки респондентів Індії

поділяють цю думку. Громадяни цих країн вважають за краще припинити бойові дії, навіть якщо це вимагає територіальних поступок від України.

У 2022 році кількість онлайн-статей, у яких згадується Україна, помножилася на три, вперше обігнавши Росію, нарахувавши понад 9,3 мільйона по всьому світу. Ці статті охоплювали різні теми, такі як санкції Заходу, військова допомога, ядерна загроза, українські біженці, вплив на ланцюг поставок і мобілізація Росії протягом 2022 і 2023 років.

За даними Statista, тон статей, у яких згадуються Володимир Путін і Володимир Зеленський, значно погіршився в усьому світі, а оцінка настроїв Путіна також помітно знизилася в 2022 році порівняно з 2017 роком. Аналіз із використанням даних проекту GDELT показав, що країни без санкцій проти Росії, як-от Білорусь, демонструють менше негативних тонів у статтях про війну в Інтернеті порівняно з країнами, які вводять обмеження та підтримують Україну, такими як США [1].

Крім того, війна призвела до сплеску негативних твітів у всьому світі, причому російські та українські публікації залишалися менш позитивними. Однак англomовні твіти покращилися. Інтернет-статті, в яких згадується Україна, зросли втричі, перевищивши кількість статей, у яких згадується Росія. Країни, до яких не введено санкції проти Росії, показали менше негативу в онлайн-статтях про війну. Примітно, що приблизно 30 мільйонів англomовних твітів згадували «війну» з лютого 2022 року по березень 2023 року, підкреслюючи постійну актуальність і публічний дискурс навколо конфлікту [1].

Перші сто днів війни є вирішальними. На початку 2022 року, коли громадськість переживала найбільший збройний конфлікт у Європі з часів Другої світової війни, для України не було найкращого часу для дій. Для українців це означало поділитися реальністю населення, яке бореться з окупацією – включно з тими частинами, які найважче сприймати.

Масове вбивство в Бучі в березні 2022 року призвело до появи кадрів масових поховань, руйнувань і вірусного фото бездиханної руки молодої

жінки з червоним манікюром, яке вразило соціальні мережі та ЗМІ. Беззаперечний жах різанини та громадський резонанс, який викликав її, закликали до морального обов'язку західних лідерів допомогти Україні протистояти російській агресії.

Оскільки війна триває і минуло майже два роки після різанини, українці продовжують демонструвати людський бік війни, намагаючись зацікавити глядачів своєю справою. Вони роблять це двома основними способами. Перший – через продовження наземних кадрів. Українські історії, що включають живі кадри роз'єднання сімей і зброї в руках цивільних, дозволили пересічному користувачеві підключитися та співчувати їхній боротьбі.

Другий випадок передбачає насамперед формування довгострокових зв'язків із міжнародною аудиторією через соціальні мережі. Використовуючи короткоформатні медіа-платформи, як-от TikTok, у своїх інтересах, українські творці контенту змогли сформувати парасоціальні зв'язки та підвищити обізнаність своїх підписників настільки, що підтримка України стає схожою на підтримку друга. Зазвичай це набувало форми сатиричних поглядів на російське керівництво або спілкування з прихильниками щодо спільного хобі. Такі взаємодії залишаються частиною більшого процесу боротьби з десенсбілізацією до страждань українців, оскільки війна затягується.

Доцільно стверджувати, що аналіз сучасних закордонних публікацій стосовно України показав, що основними темами є війна в Україні, сила українського опору та автентичність української культури. Як результат, вбачаємо за можливе дослідити імідж України в сучасному англomовному медіа просторі за напрямками: війна, сила українського народу, культура України.

Для графічного зображення логічного зв'язку цих напрямів можемо представити їх також у такому вигляді: UKRAINE in WAR, UKRAINE is STRENGTH та UKRAINE is UKRAINIAN CULTURE.



Рисунок 3.1 Структура дослідження образу України в англomовному медіа просторі

Вважаємо за доцільне розглянути образ UKRAINE in WAR в аспекті армії України (UKRAINIAN ARMY) та потреби у зброї для захисту (UKRAINE needs WEAPON); образ UKRAINE is STRENGTH – в аспектах економічної, політичної, соціальної та військової сили (ECONOMIC STRENGTH, POLITICAL STRENGTH, SOCIAL STRENGTH, MILITARY STRENGTH); образ UKRAINE is THE UKRAINIAN CULTURE – в аспекті української мови та музики (UKRAINIAN LANGUAGE, UKRAINIAN MUSIC).

3.2 Дослідження репрезентації образу України на тлі війни в зарубіжному медіапросторі

Проведемо дослідження репрезентації образу України на тлі війни з рф шляхом аналізу цитат з онлайн статей зарубіжних видань. За джерела для проведення якісного аналізу сприйняття образу України в закордонних медіа, нами було обрано найбільш відомі видання: BBC, CNN, Financial Times.

Дослідження проводилось за період 2022 – 2025 р.р. Нами вручну вибиралися статті та цитати, які стосуються безпосередньо війни в Україні. Статті, які аналізувалися розміщені на сайтах видань.

При виборі цитат пропонуємо орієнтуватися на зазначені в пункті 3.1 напрями: українська армія, зброя для захисту України, сила / підтримка України (економічна, політична, військова та соціальна) та культура України. Після аналізу цитат, представлених мовою оригіналу, вважаємо за доцільне надати власне обґрунтування образного сприйняття України закордоном на основі конкретних висловлювань.

Якщо розглядати сприйняття армії України в англomовному медіа просторі, можемо констатувати позитивну репрезентацію армії України, що проявляється у текстах статей з видань BBC. Так, українська армія у цитатах з видання BBC представлена у її майстерності:

«Instead, Ukrainian forces are using ground-based missiles to do the work, and at the same time attacking Russian positions in as many places as possible in order to tie up, and destroy, as much enemy manpower and equipment as possible».

Майстерність української армії проявляється у цитаті: *«...attacking Russian positions in as many places as possible in order to tie up, and destroy, as much enemy manpower and equipment».*

Наступний приклад ілюструє тактику просування української армії, яка проявляється в обережних, але ефективних діях:

«In the fields and rolling hills that stretch towards the Black Sea, Ukrainian forces were pushing forwards, finding ways through the minefields and attacking Russian positions from unexpected angles, and – slowly, but steadily – capturing significant chunks of territory and several villages and small towns».

Видання BBC також ілюструє поступове звільнення українських територій та в той же час страх російських військ перед армією України:

«The Ukrainian army broke through to the occupied left bank of the Dnieper. A few days ago, Ukrainian troops occupied the village of Krynka, and a day ago they transferred heavy equipment there. The BBC managed to talk to several Russian

military personnel who fear that the fighting near Krynka will be «suicide» for them».

Видання CNN характеризує стратегічне просування та оборону армії України (*waging an intense war of attrition*) та масштабність площі ведення боїв (*on a front nearly 1,000 kilometers long*):

«The Ukrainian military is now waging an intense war of attrition against outnumbered Russian forces on a front nearly 1,000 kilometers long».

Простежуємо цитати, які підтверджують ризикованість дій армії України на території ворога та водночас їх майстерність:

«The interlocutor of the Ukrainian Air Force in the Security Service of Ukraine reported that it was the drone of the special service that dropped the explosive device on the electrical substation in the village of Snagost, Kursk region. As a result of this attack, the light went out in seven settlements at once».

Видання зазначає серйозність намірів української армії та впевненість у її майбутніх стратегічних рішеннях:

«Oleksandr Tarnavskiy, the commander of the Tavria operational-strategic group of troops, said in an interview with CNN that the armed forces of Ukraine broke through the defense in Verbovo, Zaporizhzhia region; Ukraine's defense forces will continue to strike Russia's rear in order to destroy military facilities and exhaust air defenses, said the head of the Ukrainian Armed Forces Kyrylo Budanov».

Окрему увагу BBC та інші англомовні видання приділяють тактичній обороні та контрнаступу у місті Бахмут:

«Meanwhile, Ukrainian forces have continued their counter-offensive operations on Bakhmut's northern and southern flanks and made gains in some areas».

Важливе місце у репрезентації армії України у сучасному англомовному медіа просторі виокремлюється навчання збройних сил, яке проводять країни-партнери. *«Ukrainian troops have been on exercises in the Scottish Highlands*

learning how to disarm and defuse Russian bombs, booby traps and mines» [Ukrainian Troops Learn Bomb Disposal Skills In Scottish Highlands].

Аспект UKRAINE needs WEAPON відображається в англомовних виданнях розмовами щодо постійної потреби у зброї та катастрофічної її нестачі, що призводить до найгірших сценаріїв. Цитата з видання BBC концентрує увагу на нестачі ракет для протиповітряної оборони України. *«Ukraine's air defences could soon run out of missiles, apparent Pentagon leak suggests. Documents dating from February suggest looming risk to Ukraine's ability to protect troops and vital sites from Russian»* [Ukraine's Air Defences Could Soon Run Out Of Missiles, Apparent Pentagon Leak Suggests].

«Ukraine's air defences risk running out of missiles and ammunition within weeks, an apparent leak of Pentagon documents dating from February suggests, as US defence officials raced to trace how the files became public» [Ukraine's Air Defences Risk Running Out Of Missiles And Ammunition].

Важливе місце в інформаційному просторі виділяється спеціальному озброєнню України, про що пише видання New York Times:

«Ukraine's Buk air defence systems, which it relies on along with the S-300 to protect vital sites from Russian air power, could run into trouble by mid-April, the New York Times reported, and air defences protecting troops on the front line could be «completely reduced» by 23 May» [Ukraine's Air Defences Could Soon Run Out Of Missiles, Apparent Pentagon Leak Suggests].

Спеціальне українське озброєння в цитаті представлено власною українською назвою: *«Buk air defence systems»*. Водночас, наголошується на проблемах з цим озброєнням за допомогою конструкцій: *run into trouble, completely reduced*.

Про постійні загрози російської зброї для столиці України повідомляє видання *The Times*:

«Russian fighter jets and bombers gaining more opportunity to attack Ukrainian forces could prove a major challenge for Kyiv, the Times reported, citing

senior military officials» [Leaked Documents Suggest Ukrainian Air Defense Is In Peril If Not Reinforced].

Видання BBC надає цитату президента України Володимира Зеленського як підтвердження нагальної потреби України у зброї та наслідків її нестачі:

«He repeated his calls to strengthen air defense systems and noted that Ukraine especially needs drones – both attack and reconnaissance. According to him, Ukraine has started production of some drones, but needs more. Without such help, it will be difficult for Ukrainians to «take a step forward», – Zelenskyy said».

BBC зазначає насторогу президента України, щодо послаблення військової сили без необхідного озброєння: *«Without such help, it will be difficult for Ukrainians to take a step forward».*

Видання наводить цитату зарубіжних аналітиків, які припускають, що допомога Україні в озброєнні значно послабить наступ Росії:

«According to analysts, if Ukraine receives Taurus and ATACMS missiles, it will focus on destroying Russian infrastructure. This will lead to problems at critical nodes of material and technical support of the forces of the Russian Federation, such as air bases».

Видання BBC зазначає глобальну допомогу Україні в наданні зброї з боку Великої Британії: *«Great Britain has announced the transfer of the latest MSI-DS Terrahawk Paladin anti-aircraft system to Ukraine. It can help the Armed Forces to solve the problem of Iranian Shahed drones, which Russia has been mass-launching recently; According to the British Ministry of Defense, since the start of the great war in February 2022, Britain has transferred more than 300,000 artillery shells to Ukraine and intends to transfer tens of thousands more by the end of the year».*

Підтвердженням активної підтримки Сполученого Королівства виступають такі контексти: *«announced the transfer of the latest MSI-DS Terrahawk Paladin anti-aircraft system to Ukraine, can help the Armed Forces to*

solve the problem of Iranian Shahed drones, has transferred more than 300,000 artillery shells to Ukraine and intends to transfer tens of thousands».

Водночас, зарубіжні видання наголошують на неможливості інтенсивної допомоги Заходу в озброєнні армії України, підтвердженням цього є цитата BBC, яка висвітлює проблему постачання зброї зі Сполучених Штатів. *«In particular, Defense Minister Lloyd Austin, who opposed the supply, pointed out that the US has only a limited supply of such missiles, and supplying them to Kyiv could lead to a decrease in defense capability».*

Проаналізувавши цитати з англомовних видань можемо виокремити основні образні репрезентації аспекту UKRAINE needs WEAPON в англомовній картині світу: *«run out of missiles; looming risk to Ukraine's ability to protect troops and vital sites from Russian; risk running out of missiles and ammunition; air defence systems; a major challenge for Kyiv; calls to strengthen air defense systems; Ukraine especially needs drones; Without such help, it will be difficult for Ukrainians to take a step forward; will focus on destroying Russian infrastructure; problems at critical nodes of material and technical support of the forces of the Russian Federation; announced the transfer of the latest MSI-DS Terrahawk Paladin anti-aircraft system to Ukraine; can help the Armed Forces to solve the problem of Iranian Shahed drones; Western countries are running out of ammunition to help Ukraine».* Зазначені контексти наголошують на постійній потребі армії України в озброєнні, її критичній затребуваності для опору.

Отже, ми розглянули та проаналізували репрезентацію образу України через аспект UKRAINE in WAR. Нами було поділено його на два напрями: UKRAINIAN ARMY (українська армія) та UKRAINE needs WEAPON (потреба у зброї). Нами було виявлено основні характеристики та асоціативні ряди, які характеризують війну в Україні з різних боків, наголошують на майстерності армії України, описують правильну тактику оборони, але в той самий час наголошують на значних проблемах та нестачі необхідної зброї, що значно ускладнює ведення оборонних заходів.

Якщо розглядати репрезентацію образу України через аспект ECONOMIC STRENGTH в англomовному медіа просторі, можемо констатувати неоднозначну концептуалізацію економічної могутності України, що проявляється у таких цитатах.

З початку, проаналізуємо цитату з видання «CNN», яка датована січнем місяцем 2025 року. Економічний аспект концепції сили проявляється в тому, що країна намагалася заручитися міжнародною підтримкою своєї позиції та запровадила додаткові санкції проти російських фізичних та юридичних осіб. Обговорюючи економічний аспект концепції сили України, варто залучити як приклад промову Міністра фінансів США Дженат Єллен, яка наголосила:

«Preventing Russia from accessing the United States' valuable professional services increases the pressure on the Kremlin and cuts off its ability to evade sanctions imposed by the United States and our partners».

У цитаті наголошується, що економічна сфера України активно підтримується з боку зарубіжних партнерів (в даному випадку – США). В наведеному прикладі простежується причинно-наслідковий зв'язок надання економічної підтримки Україні: *increases the pressure on the Kremlin and cuts off its ability to evade sanctions*.

Звертаючись до тенденцій економічної підтримки України станом на лютий 2025 року, простежуємо зовсім інший хід подій. Про проблеми зарубіжної економічної підтримки України не раз пише видання BBC:

«Further US funding for Ukraine of about \$60bn (£49bn) requested by President Joe Biden has been held up by opposition from Republican members of Congress. American officials say current aid will run out within weeks, with potentially disastrous consequences for Ukrainian forces».

У даній цитаті наголошується проблема призупинення фінансової підтримки України (*been held up by opposition from Republican members of Congress*). При цьому, наслідки такого кроку оцінюються катастрофічно: *potentially disastrous consequences for Ukrainian forces*.

В англomовному медіа-просторі образ економічної сили України може мати різні відтінки, залежно від того, який аспект економіки розглядається. Пропоную навести приклад одного з підходів, який полягає у розгляді України як країни з великим потенціалом для інвестицій і розвитку. Про це можуть свідчити заголовки у таких виданнях, як «*Financial Times*» та «*Forbes*», які акцентують увагу на розвитку ІТ-сектору, аграрного бізнесу, туризму тощо.

Видання *Financial Times*: «*Ukraine was beginning to recover and was enjoying some kind of international investor interest as an emerging economy*».

Підтвердженням ідеї про те, що внутрішня економіка країни поступово відновлюється, пристосовується до факторів навколишнього середовища свідчить висловлювання Урсули фон дер Ляєн, голови Європейської комісії:

«*Ms von der Leyen said Ukraine had completed more than 90% of the necessary economic reforms the EU outlined last year, adding that this goal is truly achievable*».

Таким чином, можемо констатувати, що на даний момент економічна сила України не є однозначно вираженою в позитивному плані. Простежуємо певну нестабільність між розвитком внутрішніх та зовнішніх економічних відносин. Економічна сила України знаходиться на терезах, де часом переважає зовнішня економічна сила, основана на підтримці закордонних партнерів, а часом – внутрішня, основана на підтримці українського великого та середнього бізнесу.

Наступним етапом проаналізуємо політичний аспект сили України, концепт POLITICAL STRENGTH та визначимо ряд його когнітивних контекстів стосовно політичної ситуації в Україні.

Яскравим прикладом політичного аспекту концепції сили України була підтримка колишнього президента США Джозефа Байдена, який підтримував демократичну державу України, що можемо помітити на зустрічі Байдена в Польщі:

«*One year ago, the world was bracing for the fall of Kyiv. Well, I have just come from a visit to Kyiv, and I can report: Kyiv stands strong! (Applause). Kyiv*

stands proud. It stands tall. And most important, it stands free. (Applause)»
[Remarks By President Biden Ahead Of The One-Year Anniversary Of Russia's Brutal And Unprovoked Invasion Of Ukraine 2023].

Політичну сили України підтримує всебічна допомога Великої Британії, про що повідомляє видання BBC:

«New Foreign Secretary David Cameron made his first working visit to Ukraine, meeting with President Vladimir Zelensky in Kyiv. Lord Cameron reaffirmed Britain's support for Ukraine, promising moral, diplomatic and «above all military support... no matter how long it takes».

В той час, коли Велика Британія демонструє націленість підтримувати Україну в опорі проти російської федерації, відносини України з Польщею не можна назвати однозначними. На сьогоднішній день в англomовних виданнях все більше поширюється інформація про економічні конфлікти між Україною та Польщею. Так, видання BBC наводить цитати:

«Hundreds of Ukrainian trucks are parked along the road in a continuous line, embroiled in a trade dispute that is creating new tension in Polish-Ukrainian relations».

Цитата наводить масштабність логістичної проблеми, що дозволяє уявити протяжність черги на кордоні України з Польщею. Ця логістична напруженість з великою ймовірністю призведе до напруги у польсько-українських відносинах.

Таким чином, політичний аспект сили України сходиться на тому, що так чи інакше, після затяжної кризи кожна країна намагатиметься захистити власні інтереси, а підтримка в плані політичних відносин не буде однозначно впевненою у країн, які протягом багатьох років підтримували економічні стосунки з країною-агресором та певною мірою залежали від неї.

Говорячи про дипломатичну підтримку України варто приділити увагу наданні озброєння для оборонних дій, що перехреснується з іншим аспектом, розглянутим нами вище – UKRAINE needs WEAPON.

Концепція військової сили України є широко обговорюваною темою в англomовному медіа-просторі. Країна стикається з постійним конфліктом з боку росії з 2014 року, що з часом призвело до війни, і, як наслідок, військові та їхні можливості стали основним центром уваги. Деякі загальні теми в обговореннях військової могутності України включають її зусилля з модернізації, її співпрацю з НАТО та іншими союзниками, а також її зусилля протистояти російській агресії.

Багато статей і звітів висвітлюють зусилля України з опору противнику та відвоювання власних територій. При цьому, катконцепт *MILITARY STRENGTH* підтримується дефініцією – *power to resist force, power of resisting attack*. Газета *The New York Times* описує головних партнерів України, які допомагають їй зброєю та зміцнюють її армію:

«Ukraine has largely stopped the offensives of its much larger and better-armed neighbor and has regained swaths of captured land, aided by the United States and its European allies, which have remained united, funneling billions of dollars of weapons to Kyiv» [The Learning Network 2025].

В цьому контексті, Україна представлена як держава, яка здатна чинити опір ворогу та отримує підтримку від держав – партнерів (*aided by the United States and its European allies*), що значно підвищує силу її опору.

Що стосується співпраці з НАТО та іншими союзниками, Україна прагне поглибити свої відносини із західними країнами, щоб краще захистити себе. «BBC News» дає інформацію щодо НАТО та їх підтримки суверенної держави:

«NATO countries say they are aiming to ramp up supplies of artillery shells and other ammunition to Ukraine, and are providing it with heavy weapons such as tanks and missile systems» [What Is Nato And When Will Ukraine Join? 2025].

Повертаючись до подій сьогодення, пов'язаних з напруженими відносинами з Польшею, доцільно навести таку цитату з видання BBC, яка доводить досить складний перебіг військової підтримки зі сторони Польщі:

«The prime minister then said that Poland would no longer send weapons to Kyiv, and the president compared Ukraine to a drowning man who is dragging others down with him».

Таким чином, репрезентація військової сили України, що відображається у безперервній збройній підтримці країнами-партнерами є глобально обговорюваною в англомовному медіа просторі. Загалом концепція військової сили в Україні розглядається як важливий інструмент для захисту суверенітету та територіальної цілісності країни перед обличчям триваючого конфлікту. Проводячи порівняння з минулим роком та сьогоднішнім, простежуємо значне ускладнення військової підтримки від країн-партнерів, що виражено економічною та політичною кризою відносин України із Західними партнерами.

Останнім кроком, проаналізуємо репрезентацію України через силу її нації, суспільства (SOCIAL STRENGTH).

Якщо говорити про соціальний аспект сили, у газеті *The Washington Post* було проілюстровано приклад сили української людини в період війни. У газеті проілюстровано приклад сили духу українського народу:

«Despite the destruction and the darkness, the people of this country are coming together and discovering strength and skills we never knew we had».

Цитата характеризує, як може розкритися кожна особистість, працюючи у вмотивованому суспільстві, що підтверджується виразом: *skills we never knew we had*.

Українці не опускають руки та продовжують жити своїм звичайним життям: *«Ukrainians continue to work, study, communicate, laugh, adapt, and not give up. We have learned to identify the things that are important to us and prioritize them, to quickly make choices and to respond to surrounding changes».*

В той самий час, аналізуючи події сьогоднішнього, підтримка зовнішнього соціуму стає все менш відчутною. Видання BBC акцентує увагу на ставленні польського суспільства до проблем в Україні:

«But the Polish truckers manning the checkpoint were equally disappointed and outspoken. They said they were forced to take this extreme step to protect their livelihoods after the EU lifted all entry restrictions on Ukrainian transporters».

Ставлення закордонного суспільства до соціальних проблем українців виражено епітетами: *disappointed and outspoken*, а мета виражається зворотом *step to protect their livelihoods*. Тобто, в кризовий період часу, після року війни України з РФ, іноземці також відчули згубний вплив нестабільності, наразі їх мета захистити себе, не розповсюджуючи благодійні наміри на страждаючу від війни країну.

Наше припущення підтверджує така цитата з цього ж видання:

«We support Ukraine, but we also need to support our families. For our companies now the question is «to be or not to be»».

Отже, ми розглянули та проаналізували репрезентації України в аспекті UKRAINE is STRENGTH (Україна – це сила), поділивши його на чотири досліджувані напрями: ECONOMIC STRENGTH, POLITICAL STRENGTH, SOCIAL STRENGTH, MILITARY STRENGTH.

Нами була простежена двозначність економічної, політичної, військової та соціальної підтримки країн-партнерів України, зважаючи на кризову ситуацію в світі. Можемо констатувати, що сила країни полягає не тільки у економічному забезпеченні, політичній підтримці, якісній зброї або у постачанні дронів, але і у свідомості нації та у холодному мисленні людей. Багато цитат із зарубіжних видань свідчать про ідентифікацію України як сильної держави, що протистоїть агресору і продовжує посилювати свій внутрішній потенціал.

Культура та суспільство – невід’ємні поняття. При розвитку суспільства розвивається культура, при занепаді суспільства – культура страждає і навпаки. За час війни в Україні, національна культура понесла значні втрати. Підтвердженням цьому є цитата з видання BBC:

«An attack on a country’s culture is an attack on its humanity. Historical monuments, works of art and archaeological sites, known as cultural property, are

protected by the rules of war, said the International Committee of the Red Cross (which is guided by principles including the 1949 Geneva Convention) in 2017».

У цитаті бачимо ототожнення *attack on a country's culture is an attack on its humanity*, тобто культура прирівнюється із суспільством. Тут також простежуємо, що культура країни визначається як її надбання (*property*), тим самим наголошуючи на її цінності для нації.

Наступна цитата з цього ж видання: «*Since the Russian invasion of Ukraine began in February 2022, the war has had dire consequences for the country and its people, including massive damage to the entire Ukrainian cultural sector*» [Human Rights Watch].

Глобальність негативного впливу на українську культуру визначає зворот *massive damage to the entire Ukrainian cultural sector*. Також, в цитаті проведена паралель між тяжкими наслідками (*dire consequences*) для країни та нанесенню шкоди культурному сектору (*massive damage to the entire Ukrainian cultural sector*), що знову ж наголошує на вагомості ролі національної культури в житті цілого народу.

Культура народу не може існувати окремо, вона проявляється через творчість, мистецтво, музику, архітектуру, художню майстерність. Виокремлено поширеність інтерпретації в англomовному просторі української культури через українську мову та музику. Визначено, що доцільно поділити аспект UKRAINIAN CULTURE на напрями UKRAINIAN LANGUAGE та UKRAINIAN MUSIC.

UKRAINE is the UKRAINIAN LANGUAGE (Україна – це українська мова) – наступний аспект репрезентації образу України в англomовному медіа просторі, який нами розглядається. Цей аспект є активно репрезентований в англomовному медіа просторі з початком повномасштабного вторгнення РФ в Україну.

Так, мова не тільки є засобом комунікації, але також відображає культуру, мислення та внутрішній світ народу, який нею говорить. Через вивчення мови та її концепцій, цінностей, ми можемо глибше зрозуміти та

усвідомити особливості та унікальність культури та народу, з яким ця мова пов'язана.

Поняття мови в Україні – тема, яка часто обговорюється в сучасних ЗМІ. Одним із найпомітніших питань є триваюча дискусія щодо використання української, а не російської як офіційної мови в різних умовах. Це особливо актуально у світлі триваючого конфлікту з Росією, який підкреслив важливість мови як ключового аспекту української ідентичності та суверенітету. Крім того, зростає інтерес до відродження української мови, яка протягом багатьох років перебуває під тиском через історичні обставини та зовнішні фактори. Цей інтерес відображено в нещодавньому сплеску популярності україномовних медіа, зокрема літератури, музики, кіно та телебачення.

Серед іноземних політиків більше за всіх українську мову вшанував експрем'єр міністр Великобританії Борис Джонсон. Прем'єр Великої Британії заговорив українською, висловивши захоплення героїзмом нації:

«Я звертаюся до українців у Великобританії, та тих, хто зараз в Україні та сусідніх країнах. It's hard for me to imagine what Ukrainians really feel now, when everything they love has been destroyed. Great Britain will continue to support Ukraine, and with its partners will do everything to put pressure on Putin until he stops military aggression».

Політик закінчив свій вислів відомим гаслом, промовивши його українською:

«I communicate with Volodymyr Zelenskyi almost every day, I admire his calmness and the heroism of the Ukrainian people. Слава Україні!». Допис в соціальних мережах політик також зробив українською мовою.

Повагу до українського народу висловив і президент Республіки Польща Анджей Дуда, привітавши Україну з Днем незалежності та додавши у свій виступ звернення українською мовою. Своє привітання польський президент оприлюднив у соціальних мережах:

«Please accept my best wishes on the anniversary of your Independence – at a time when we all see the price of this independence. May friendship firmly bind

Poles and Ukrainians! Хай живе Україна! Long live free Poland!» [Polish president congratulates Ukrainians on their independence day].

Вважаємо, що в англомовному медіа просторі образ України активно репрезентується через аспект UKRAINIAN MUSIC, зокрема на тлі загальновідомого Євробачення. Завдяки Євробаченню, концепт української музики активно просувається у світі. В часи військової агресії Росії, українська музика є проявом культурного опору агресору та засобом підняття морального духу українців. Наведемо декілька прикладів позиціювання української музики в англомовному медіа BBC:

«Ukraine's recent Eurovision victory has shown the world its vibrant music industry. This is especially true given the ongoing Russian invasion, with the contest providing a platform for the country to promote its own unique identity».

В даному випадку, українська музика є прикладом культурного опору народу *the ongoing Russian invasion*, а її мета – популяризація України у світі *to promote its own unique identity*. У даній цитаті провідним мотивом є протиставлення самобутньої української музики російській агресії, яка має на меті знищити автентичність української культури. Характеристика української музики виражається епітетами: *vibrant, unique*, що створює позитивний образ української музичної індустрії закордоном.

«Two days later, the Russian invasion gave an additional context to the song. Lyrics like I'll always find my way home, even if all roads are destroyed took on a new meaning. They spoke to the determination of people who had to protect their loved ones in times of war».

Українські пісні набувають нових сенсів у воєнні часи, а для народу сталими виявляються нові цінності. У цитаті з музичної композиції бачимо стійкі наміри народу України відстоювати свою Батьківщину, бути її невід'ємною частиною, за будь-яких обставин.

«When Russian troops withdrew from the towns around Kyiv and the world saw the photos of bodies lying on the streets, mass graves, and destroyed houses, the Kalush Orchestra went there to give a concert to the people who survived the

occupation. They recorded a music video in Irpin, Hostomel, Bucha and Borodianka that put the song Stefania in the war context».

Музика стає інструментом прояву незламності та свідченням того, що життя триває всупереч всьому. Особливо яскраво це виражено у поданій цитаті, де донесено сенс, що життя триває всупереч втратам та безкінечного болю (*bodies lying on the streets, mass graves, and destroyed houses*). Проявом цього є проведення концерту для людей, які пережили окупацію (*the Kalush Orchestra went there to give a concert to the people who survived the occupation*). Музичним символом незламності, сили духу та жаги до волі стала композиція «*Stefania*».

Отже, ми розглянули та проаналізували репрезентацію України в аспекті її культури – UKRAINIAN CULTURE. Нами було поділено його на два напрями: UKRAINIAN LANGUAGE (українська мова) та UKRAINIAN MUSIC (українська музика). Ідентифікація української культури подається через призму мови та музики. Поняття мови в Україні та її використання в англomовному медіа просторі є складним і багатогранним питанням, яке тісно пов'язане з історією, політикою та культурною ідентичністю країни.

Висновки до розділу 3

Розділ 3 включав в себе аналіз контенту закордонних ЗМІ для висвітлення чіткого образу України в різних сферах. Для того, щоб визначити загальне світове сприйняття образу України нами була використана інформація з сайту voxukraine.org [1].

Зауважимо, що на війну склалися дві точки зору. В Україні та більшості західних країн переважають негативні погляди на Росію, причому 69 відсотків респондентів у США мають дуже негативне сприйняття. Ці регіони вважають, що війна має тривати, поки Україна не поверне свою територію. І навпаки, країни з нейтральними або проросійськими урядами вважають Росію

сильнішою з початку конфлікту, причому 63 відсотки респондентів Індії поділяють цю думку. Громадяни цих країн вважають за краще припинити бойові дії, навіть якщо це вимагає територіальних поступок від України.

У 2022 році кількість онлайн-статей, у яких згадується Україна, помножилася на три, вперше обігнавши Росію, нарахувавши понад 9,3 мільйона по всьому світу. Ці статті охоплювали різні теми, такі як санкції Заходу, військова допомога, ядерна загроза, українські біженці, вплив на ланцюг поставок і мобілізація Росії протягом 2022 і 2023 років.

Також, нами було проведено власне дослідження репрезентації образу України на тлі війни з РФ шляхом аналізу цитат з онлайн статей зарубіжних видань. При виборі цитат ми орієнтувалися на напрями: українська армія, зброя для захисту України, сила / підтримка України (економічна, політична, військова та соціальна) та культура України. Після аналізу цитат, представлених мовою оригіналу, вважаємо за доцільне надати власне обґрунтування образного сприйняття України закордоном на основі конкретних висловлювань.

Першим кроком, ми розглянули та проаналізували репрезентацію образу України через аспект UKRAINE in WAR. Нами було поділено його на два напрями: UKRAINIAN ARMY (українська армія) та UKRAINE needs WEAPON (потреба у зброї). Нами було виявлено основні характеристики та асоціативні ряди, які характеризують війну в Україні з різних боків, наголошують на майстерності армії України, описують правильну тактику оборони, але в той самий час наголошують на значних проблемах та нестачі необхідної зброї, що значно ускладнює ведення оборонних заходів.

Другим кроком ми проаналізували сприйняття України в аспекті економічної, політичної та військової сили. Можемо констатувати, що на даний момент економічна сила України не є однозначно вираженою в позитивному плані. Простежуємо певну нестабільність між розвитком внутрішніх та зовнішніх економічних відносин. Економічна сила України знаходиться на терезах, де часом переважає зовнішня економічна сила,

основана на підтримці закордонних партнерів, а часом – внутрішня, основана на підтримці українського великого та середнього бізнесу.

Політичний аспект сили України сходиться на тому, що так чи інакше, після затяжної кризи кожна країна намагатиметься захистити власні інтереси, а підтримка в плані політичних відносин не буде однозначно впевненою у країн, які протягом багатьох років підтримували економічні стосунки з країною-агресором та певною мірою залежали від неї.

Репрезентація військової сили України, що відображається у безперервній збройній підтримці країнами-партнерами є глобально обговорюваною в англomовному медіа просторі. Загалом концепція військової сили в Україні розглядається як важливий інструмент для захисту суверенітету та територіальної цілісності країни перед обличчям триваючого конфлікту. Проводячи порівняння з минулим роком та сьогоднішнім, простежуємо значне ускладнення військової підтримки від країн-партнерів, що виражено економічною та політичною кризою відносин України із Західними партнерами.

У підсумку зазначимо, що нами була простежена двозначність економічної, політичної, військової та соціальної підтримки країн-партнерів України, зважаючи на кризову ситуацію в світі. Можемо констатувати, що сила країни полягає не тільки у економічному забезпеченні, політичній підтримці, якій зброї або у постачанні дронів, але і у свідомості нації та у холодному мисленні людей. Багато цитат із зарубіжних видань свідчать про ідентифікацію України як сильної держави, що протистоїть агресору і продовжує посилювати свій внутрішній потенціал.

ВИСНОВКИ

В ході написання роботи, нами було проаналізовано різні трактування поняття образу. Доцільно стверджувати, що образ – це основна операційна одиниця пізнання світу, відображення людського досвіду та фіксації знань про реальність, що відбиває національну специфіку мислення носіїв культури та їх мовні особливості.

Проаналізувавши визначення поняття «імідж», зазначимо, що іміджем можна вважати сприйняття суспільством певного об'єкту на принципах довіри, співпраці, відповідальності та взаєморозуміння. Розглядаючи за об'єкт країну, то її імідж зображується крізь торговельні зв'язки, культурні обміни (театр, музей, вистави, кіно, музика та інші) та ЗМІ є більшість компонентів міжнародного іміджу країни. Це найефективніший спосіб вплинути на імідж країни.

Найефективнішими засобами формування іміджу країни є засоби масової інформації, такі як телебачення, радіо, інтернет та соціальні мережі. На міжнародній впізнаваності країни значно розширена інформація про позитивні аспекти її культури, історії та досягнень. Засоби масової інформації, культурні обміни та торговельні відносини можуть впливати та взаємодіяти один з одним у формуванні іміджу країни на міжнародній арені. Наприклад, успіхи в торгівлі можуть підвищити інтерес до країни, її культури та традицій, а медіа та культурні заходи можуть привернути увагу до потенціалу країни в торгівлі та інших сферах.

У підсумку аналізу, проведеного в межах розділу 2, можна зробити висновок, що засоби масової інформації відіграють ключову роль у формуванні репутації, публічного образу та політичного іміджу держави. Їхній вплив зумовлений здатністю поширювати інформацію, формувати суспільну увагу та інтерпретувати події у відповідному контексті. Сучасні медіа активно використовують широкий арсенал інформаційних стратегій: від акцентування окремих аспектів реальності до замовчування певних фактів, від створення

емоційних візуальних і мовних образів до апеляції до ціннісних орієнтацій аудиторії. Особливе значення має контекст, у якому подається інформація, адже саме він визначає сприйняття подій і явищ. У багатьох випадках політичний імідж, сконструйований медіа, може мати вагоміший вплив на міжнародне сприйняття держави, ніж її реальні соціально-політичні характеристики.

Враховуючи окреслені проблеми у сприйнятті образу України, зокрема в контексті політичної та економічної нестабільності, доцільним видається необхідність перегляду принципів та підходів до здійснення як внутрішньої, так і зовнішньої політики. Ключовими напрямками, що сприятимуть поліпшенню міжнародного іміджу держави, мають стати: дотримання міжнародних зобов'язань, послідовне утвердження загальнолюдських і національних цінностей, збереження гідності й суб'єктності у переговорах із західними партнерами, а також створення соціально-економічних умов, які б сприяли зменшенню масштабів трудової міграції.

Реалізація стратегічних завдань, спрямованих на посилення внутрішньої стабільності та міжнародної суб'єктності, здатна суттєво покращити сприйняття України у глобальному інформаційному та політичному просторі. У розділі акцентується увага на необхідності оновлення мовної політики та переосмислення національної ідеї відповідно до сучасних викликів і майбутніх трансформацій. Її концепція має бути модернізована з урахуванням цивілізаційних, геополітичних та економічних змін, які постають перед Україною, і наповнена новим змістом, що узгоджується з науковим, інформаційним і культурним розвитком. Одним із пріоритетів у цьому процесі має стати посилення позитивної інформаційної присутності України у ЗМІ з акцентом на формування сучасної української національної ідентичності, а не персоналізованого політичного дискурсу. В умовах російської агресії особливої актуальності набуває розвиток культурної дипломатії як ефективного інструменту «м'якої сили». Доцільним є вивчення і адаптація успішного міжнародного досвіду, зокрема США та країн Європейського

Союзу, які вже давно використовують культуру як потужний механізм формування позитивного міжнародного іміджу держави.

Розділ 3 було присвячено аналізу контенту закордонних засобів масової інформації з метою виявлення особливостей формування образу України в різних сферах міжнародного дискурсу. У ході дослідження виявлено наявність двох домінантних інформаційних позицій щодо війни. У країнах Заходу, зокрема в Україні та США, переважає негативне ставлення до Росії: 69 % американських респондентів висловлюють вкрай негативне сприйняття РФ. У цих регіонах домінує переконання, що бойові дії повинні тривати до моменту повного відновлення територіальної цілісності України. Натомість у державах з нейтральною або проросійською зовнішньою політикою поширеною є думка про посилення Росії з початку повномасштабної агресії. Зокрема, 63 % опитаних в Індії поділяють таке бачення. Громадяни цих країн, як правило, схиляються до необхідності припинення бойових дій, навіть якщо це передбачає територіальні поступки з боку України.

У межах дослідження нами було здійснено власний контент-аналіз репрезентації образу України в контексті війни з Російською Федерацією на основі цитат із публікацій зарубіжних онлайн-видань. Для відбору матеріалів було визначено кілька ключових напрямів, зокрема: зображення української армії, питання постачання озброєння для захисту України, підтримка України у політичному, економічному, військовому та соціальному вимірах, а також відображення української культури. На основі аналізу відібраних цитат, поданих мовою оригіналу, вважаємо за доцільне сформулювати власне аналітичне бачення особливостей сприйняття України за кордоном, спираючись на конкретні висловлювання, що формують інформаційно-образну модель держави в умовах воєнного конфлікту.

У межах дослідження було проаналізовано репрезентацію образу України крізь призму тематичного блоку *UKRAINE in WAR*. З цією метою нами було виокремлено два основних напрямки: *UKRAINIAN ARMY* (українська армія) та *UKRAINE needs WEAPON* (потреба у зброї). У ході аналізу було

визначено ключові характеристики та асоціативні ряди, які відображають багатовимірне сприйняття воєнної ситуації в Україні. Матеріали зарубіжних медіа акцентують увагу як на високому рівні підготовки та професіоналізмі українських військових, так і на ефективності обраної оборонної тактики. Водночас значну увагу приділено проблематиці нестачі сучасного озброєння, що суттєво ускладнює реалізацію оборонних операцій та підкреслює критичну необхідність міжнародної військової підтримки.

Також у межах дослідження було проаналізовано сприйняття України крізь призму її економічної, політичної та військової спроможності. Станом на сьогодні економічна потужність України не має стабільного та однозначно позитивного відображення у міжнародному інформаційному дискурсі. Спостерігається певна нестабільність у динаміці розвитку як внутрішніх, так і зовнішніх економічних зв'язків. Економічна сила України перебуває у стані балансу: в окремі періоди переважає зовнішня підтримка з боку міжнародних партнерів, в інші – акти візується внутрішній ресурс, зокрема завдяки діяльності національного великого та середнього бізнесу. Такий стан справ свідчить про високий рівень залежності від зовнішніх чинників і одночасно демонструє потенціал до внутрішнього економічного само зміцнення.

У підсумку зазначимо, що нами була простежена двозначність економічної, політичної, військової та соціальної підтримки країн-партнерів України, зважаючи на кризову ситуацію в світі. Можемо констатувати, що сила країни полягає не тільки у економічному забезпеченні, політичній підтримці, якісній зброї або у постачанні дронів, але і у свідомості нації та у холодному мисленні людей. Багато цитат із зарубіжних видань свідчать про ідентифікацію України як сильної держави, що протистоїть агресору і продовжує посилювати свій внутрішній потенціал.

У підсумку варто зазначити, що в ході аналізу було виявлено амбівалентність економічної, політичної, військової та соціальної підтримки з боку міжнародних партнерів України, що значною мірою зумовлено

загальною кризовою ситуацією у світі. Водночас можна стверджувати, що сила держави визначається не лише рівнем матеріального забезпечення, політичної підтримки, якістю озброєння чи технологічним забезпеченням, а передусім — національною свідомістю, єдністю суспільства та здатністю громадян до раціонального, виваженого мислення в умовах війни. Значна частина цитат у зарубіжних медіа підтверджує, що Україна дедалі частіше сприймається як сильна держава, здатна чинити опір агресору та послідовно зміцнювати свій внутрішній потенціал.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аналітика. Україна URL: <https://voxukraine.org/>
2. Галян В. М. Роль пропаганди у формуванні особистих смислових конструктів // Розуміння: психологічні виміри суспільства. 2022. № 8. С. 24-38.
3. Довіра до держави: як зберегти національну єдність заради перемоги / Фонд Демократичні ініціативи імені Ілька Кучеріва. 2022. URL: <http://surl.li/dvrgm>
4. Європейська федерація журналістів наголошує на необхідності порятунку українських ЗМІ / Національна спілка журналістів України. 15.06.2022. URL: <http://surl.li/dvqhk>
5. Копійка М. Особливості формування іміджу України в міжнародному інформаційному просторі // Гілея: історичні науки, філософські науки, політичні науки. 2017. Випуск 124 (№9). С. 266–269.
6. Лисинюк М. В. Мова ЗМІ як показник мовної культури сучасного суспільства // Культура і сучасність. №2. 2020. С. 33–38. URL: <http://surl.li/dvrkr>
7. Люльчак З. С. Національний бренд та брендинг у контексті міжнародних подій // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Логістика. 2012. № 735. С. 127–136.
8. Магда Є. В. Міжнародний образ України в контексті гібридної війни // Вісник Дніпропетровського університету. 2015. №4. С.232–240.
9. Максимчук О. В. Шачковська Л. С. Вплив ЗМІ на формування сучасних політичних міфів // Регіональні студії. 2020. № 21. С.77–82.
10. Міжнародний образ України. URL: <https://uacrisis.org>
11. На BBC Global News стартує спеціальний розділ про Україну. Укрінформ. 30.11.2022. URL: <http://surl.li/dvquy>

12. Олена Зеленська в інтерв'ю The Guardian розповіла про становище українських родин під час війни / Офіційне інтернет-представництво Президента України. 2022. URL: <http://surl.li/dvrvl>
13. Осмолівська А. О. Особливості формування іміджу України в інформаційному дискурсі зарубіжних держав // Соціологічні дискурси: Матеріали IV Всеукраїнської наукової конференції молодих учених (м. Дніпро, 4 грудня 2020 року). Дніпро, 2020. с. 69–71.
14. Савон К. В. Категорії бренд, імідж, образ та репутація держави: порівняльна характеристика // Правове життя сучасної України: у 3 т.: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Одеса, 15 трав. 2020 р.) / відп. ред. М. Р. Аракелян. Одеса: Гельветика, 2020. Т. 1. С. 248–25. URL: <http://surl.li/dvbmua>
15. Симоненко О. В. Інформаційні основи у формуванні іміджу сучасних політичних лідерів України // Наукові записки [Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса]. 2014. Вип.2. С.352–364.
16. Семченко О. А. Іміджева політика України. Київ: Академія, 2014. 272 с. URL: <http://surl.li/dvvko>
17. Стаття на тему «The Kyiv Independent запускає школу англomовної журналістики J-school» URL: <https://detector.media/infospace/article/219016/2023-11-06-the-kyiv-independent-zapuskaie-shkolu-anglomovnoi-zhurnalistyky-j-school/>
18. Цурканова І. Імідж України в умовах війни та міжнародна політична підтримка // Науково-теоретичний альманах Грани. 2023. № 26(3). С. 87–93.
19. Чекалюк В. Позитивний образ держави і суспільства – результат ефективних комунікацій // Наукові записки Інституту журналістики. 2014. Т. 57. С. 247-251.
20. Шевців М. Б., Гончарук К. А. Пропаганда як соціально-правове явище: проблеми розуміння // Актуальні проблеми історико-правової та

міжнародно-правової науки. Південноукраїнський часопис. Випуск 1. 2019 С. 119–122. 75 46.Щурко О. М.

21. Федорів Т. «Репутація країни» та «державний брендинг» 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. 6–9.

22. Щурко О.М. Функціональні аспекти образу держави на сучасному етапі. S.P.A.C.E // Society, Politics, Administration in Central Europe: електронний науковопрактичний журнал. 2017. Вип. 4. С. 22–26.

23. Юзва Л. Л. «Суверенна демократія» в українських онлайн - медіа: якісний контент – аналіз дискурсу 2020 року. Український соціум. 2021. № 2(77). URL: <https://cutt.ly/n1T6H2Z>.

24. Як створювали медіа The Kyiv Independent. URL: <https://forbes.ua/company/gra-na-viperedzhennya-molode-zmi-the-kyiv-independent-zaluchilo-mayzhe-3-mln-chi-pratsyuvati-meyzhe-yogo-biznes-model-pislya-viyni-29082022-7948>

25. BBC News. URL: <https://www.bbc.com/>

26. BBC News Україна. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian>

27. Beale J. Ukraine-Russia: Hidden tech war as Slovyansk battle looms. 08.07.2022. BBC News. URL: <https://www.bbc.com/news/world-europe-62090791>

28. CNN International. The main page. URL: <https://edition.cnn.com/>

29. Cooban A. Europe still can't live without this Russian energy export. CNN Business. 10.11.2022. URL: <http://surl.li/dvrat>

30. Cooban A., Pavlova U. Russia threatens to cut supply of gas through Ukraine. 23.11.2022.

31. CNN Business. URL: <http://surl.li/dvrbu>

32. The Kyiv Independent. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/The_Kyiv_Independent