

Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Острозька академія»
Навчально-науковий центр заочно-дистанційного навчання
Кафедра інформаційно-документних комунікацій

ЗАТВЕРДЖУЮ
на засіданні кафедри
інформаційно-документних комунікацій
(протокол № __ від _____ 2023 р.)
Завідувач кафедри _____ Ганна ОХРИМЕНКО

Кваліфікаційна робота
на здобуття освітнього ступеня магістра
на тему: **«Інформаційно-пропагандистські техніки формування іміджу
України в англomовній європейській пресі після повномасштабного
вторгнення РФ в Україну: порівняльний аналіз»**

Виконав студент групи зМІАКМ-21
освітньо-професійної програми
«Інформаційна аналітика та комунікаційний менеджмент»
Якимчук Роман Миколайович

Керівник – доктор філософії (PhD),
старша викладачка кафедри інформаційно-
документних комунікацій
ФЕДОРУК Олеся Михайлівна

Рецензент – кандидат наук з державного
управління, доцент, доцент кафедри національної
безпеки та політології ЛЕБЕДЮК Віталій
Миколайович

ГРАФІК

виконання кваліфікаційної роботи на другому (магістерському) рівні вищої освіти студента групи зМІАКМ-61

Якимчука Романа Миколайовича

№ п/п	Види та етапи роботи	Термін виконання	Підпис викладача
1.	Вибір теми, затвердження її на кафедрі, призначення наукового керівника	14.10. 2022 р.	
2	Складання графіка роботи над темою і узгодження його з науковим керівником	жовтень-листопад 2022 р.	
3.	Вивчення джерел, літератури, суспільних реалій, матеріалів архівів, періодичних видань; збір та узагальнення фактів і даних	листопад-грудень 2022 р.	
4.	Складання плану роботи та узгодження його з науковим керівником	січень 2023 р.	
5.	Формування концепції, написання вступу та теоретичного розділу роботи	січень-березень 2023 р.	
6.	Написання дослідницької частини кваліфікаційної роботи	березень-серпень 2023 р.	
7.	Завершення рукопису роботи та ознайомлення наукового керівника з її повним чорновим варіантом в друкованому вигляді	вересень 2023 р.	
8	Повне завершення чистового варіанту роботи, оформлення її і подання на відгук наукового керівника, подання роботи на зовнішнє рецензування	жовтень-листопад 2023 р.	
9.	Подання чистового варіанту роботи на кафедру	20 листопада 2023 р.	
10.	Проведення попереднього захисту	21 листопада 2023 р.	
11.	Подання рецензії на кафедру	15 грудня 2023 р.	
12.	Захист кваліфікаційної роботи	20 грудня 2023 р.	

Здобувач другого (магістерського)

рівня вищої освіти

_____ **Роман ЯКИМЧУК**

Науковий керівник

_____ **Олеся ФЕДОРУК**

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-ПРОПАГАНДИСТСЬКИХ ТЕХНІК	10
1.1. Характеристика поняття «інформаційно-пропагандистської техніки».....	10
1.2. Особливості інформаційно-пропагандистської техніки та формування іміджу країни	16
1.3. Основні напрями використання інформаційно-пропагандистських технік	26
Висновки до розділу 1.....	30
РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНЕ ЗНАЧЕННЯ ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-ПРОПАГАНДИСТСЬКИХ ТЕХНІК	32
2.1. Порівняльний аналіз інформаційно-пропагандистської техніки формування іміджу України в англomовній європейській пресі після повномасштабного вторгнення рф в Україну	32
2.2. Методи формування іміджу України в англomовній європейській пресі після повномасштабного вторгнення РФ в Україну.....	46
Висновки до розділу 2.....	62
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ІНФОРМАЦІЙНО-ПРОПАГАНДИСТСЬКИХ ТЕХНІК ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ УКРАЇНИ В АНГЛОМОВНІЙ ЄВРОПЕЙСЬКІЙ ПРЕСІ ПІСЛЯ ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ РФ В УКРАЇНУ	63
3.1. Перспективи інформаційно-пропагандистської техніки формування іміджу України в англomовній європейській пресі після повномасштабного вторгнення рф в Україну	63
3.2. Можливості інформаційно-пропагандистської техніки формування іміджу України в англomовній європейській пресі після повномасштабного вторгнення рф в Україну	77
Висновки до розділу 3.....	80
ВИСНОВКИ.....	82
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	86

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. У нашому сучасному інформаційному світі, де засоби масової комунікації відіграють важливу роль у формуванні глобальних переконань та уявлень про події в світі, аналіз інформаційно-пропагандистських методів стає надзвичайно важливим завданням. Після широкомасштабного вторгнення російської федерації в Україну, українські ЗМІ та інші інформаційні ресурси активно працюють над створенням позитивного образу України в англomовних світових ЗМІ. Це дослідження спрямоване на вивчення та порівняння інформаційно-пропагандистських методів, що використовуються в цьому процесі, з метою висвітлення їх впливу на сприйняття України як держави та її ролі в світі.

Незалежність не є «випадковістю», як твердить російська пропаганда, а результатом зусиль багатьох поколінь. Початий Михайлом Горбачовим процес «перебудови» висвітлив та активізував процеси, які раніше були стримані репресіями. Ці події призвели до оголошення Україною незалежності і подальшого її зміцнення та розвитку. У наші дні Україна бореться за свою незалежність, відстоюючи себе від широкомасштабної агресії росії. У 2014 році росія окупувала Крим і розпочала війну на Донбасі, а 24 лютого 2022 році російська армія вторглася на територію України по всій лінії спільного кордону та з території Білорусі. Протягом 8 років Україна активно протистоїть агресору і веде справедливую війну за відновлення своєї територіальної цілісності.

Усі ці описані вище події відображаються у глобальних світових медіа, створюючи інформаційний образ України та інформаційний контекст, які активно відображають і споживають як місцева, так і зарубіжна спільнота в контексті сучасної ситуації війни. Сьогодні ми спостерігаємо раптову трансформацію образу України в глобальних ЗМІ та комунікаційних мережах,

де з'являється багато інформаційних повідомлень, пов'язаних з політичною ситуацією в Україні, що привертає увагу міжнародної громадськості.

Даний міжнародний «гравець» на сьогодні є фактично державою-брендом, оскільки він втілює стійку політичну позицію, героїзм, патріотизм і незламність у боротьбі за незалежність. У цьому контексті стає особливо важливим дослідження світового інформаційного простору та представлення образу України в ньому. Це необхідно для подальших кроків у створенні чітко організованого та комплексно побудованого національного бренду «УКРАЇНА», який може використовуватися як інструмент для досягнення зовнішньополітичних цілей «м'якою силою».

Обрана тема дослідження базується на попередніх дослідженнях автора, пов'язаних з аналізом місця та ролі іміджу та образу держави на міжнародній арені та в глобальних ЗМІ. Вона також враховує дослідження національного брендингу як інструмента для досягнення зовнішньополітичних цілей та розвитку співпраці у системі міжнародної комунікації. Крім того, дослідження включає аналіз іміджевої політики України, її викликів, загроз, можливостей та сильних та слабких сторін.

Формулювання назви дослідження базується на концепції автора щодо глибокого аналізу тематики іміджевої політики України та ролі світового інформаційного середовища як одного з основних джерел формування образу держави в очах міжнародної спільноти. Гіпотеза дослідження визначається тим, що через сучасні політичні події і стрімке перетворення України на активного міжнародного гравця, світова інформаційна аудиторія отримує нові потоки інформації і формує сучасний погляд на Україну. Тому важливо розглянути, як Україна позиціонується в глобальному інформаційному просторі на сучасному етапі, особливо з урахуванням ведення війни і інформаційної складової цього конфлікту.

Стан наукової розробленості теми. Проаналізувавши наявні дослідження, можна відзначити, що інформаційно-пропагандистські техніки в контексті формування іміджу країн стали предметом вивчення в останні десятиріччя. Однак, мало було досліджень, спрямованих на аналіз інформаційно-пропагандистських стратегій, що використовувалися українською пресою в англomовному європейському інформаційному просторі після подій 2014 року.

Питаннями державного іміджу займаються науковці в різних галузях знань, що робить можливим висвітлення правового, філософського, культурологічного, психологічного та інших аспектів теми. Це, зокрема, дозволяє спиратись на розробки таких авторів як: М. Вієрзбовські, Р. Галан-Віокуе, Е. Гамеро Цасадо, М. Грзивацз, М. М. Соколовські, Н. І. Остап'юк, О. В. Фінагіна, О. А. Зінченко, Н. Л. Сапельнікова.

Для політології дана тематика є особливо актуальною та відповідає суспільним запитам у теоретичній і прикладній площині. Окремі питання теми аналізували такі дослідники як: Дж. Най, С. Анхольт, С. Зеїнеддіне, С. Л. Гнатюк, Ю. В. Завгородня, О. М. Щурко, О. В. Шевченко, А. І. Кормич, О. В. Шевчук, Т. М. Краснопольська, Г. Г. Почепцов, Н. О. Качинська, Л. О. Кочубей, Е. В. Мамонтова, Л. І. Кормич, А. О. Сіленко.

Мета дослідження. Метою кваліфікаційної роботи є розкриття інформаційно-пропагандистських технік формування іміджу України в англomовній європейській пресі після повномасштабного вторгнення рф в Україну.

Завдання дослідження:

1. Надати характеристику поняттю «інформаційно-пропагандистські техніки» в науковому дискурсі, визначити їх особливості.

2. Виявлення основних інформаційно-пропагандистських технік, що використовуються для формування іміджу України в англomовній європейській пресі.

3. Аналіз інформаційних матеріалів, опублікованих в англomовній європейській пресі, що стосуються України після подій 2014 року.

4. Порівняльний аналіз інформаційно-пропагандистських стратегій, використаних українськими ЗМІ з метою формування іміджу України в англomовній європейській пресі.

Об'єкт дослідження: інформаційно-пропагандистські техніки формування іміджу України в англomовній європейській пресі.

Предмет дослідження: інформаційні матеріали, опубліковані в англomовній європейській пресі після повномасштабного вторгнення РФ в Україну та інформаційно-пропагандистські техніки, використані для формування іміджу України.

Методологічна база дослідження. Дослідження базується на методології аналізу інформаційних матеріалів, контент-аналізу, а також використанні теоретичних підходів до вивчення інформаційної війни та медійної комунікації.

Для глибшого розуміння термінів «інформаційний менеджмент», «інформаційна система» та «комунікаційна система» проведено аналіз джерел та наукової літератури. Цей метод дозволив розкрити сутність та взаємодію ключових концепцій. Застосовано для загального огляду проблеми та її подальшої деталізації. Через структурний аналіз виявлені взаємозв'язки та взаємозалежності між різними елементами досліджуваного контексту.

З метою виокремлення найважливішої інформації з усіх джерел та наукової літератури застосовано метод абстрагування. Цей підхід сприяв концентрації на ключових аспектах та узагальненню отриманих даних. В контексті дослідження комунікаційно-технічного забезпечення в

інформаційному менеджменті Національного університету «Острозька академія» використовувався метод контент-аналізу. Він дозволив докладно розібрати зміст та визначити ключові аспекти комунікаційно-технічного забезпечення.

Використовувався для визначення стану та перспектив розвитку комунікаційно-технічного забезпечення в інформаційному менеджменті НаУОА. Анкетування стало інструментом для отримання кількісних даних та визначення поглядів учасників. Застосований для детального опису комунікаційно-технічного забезпечення в інформаційному менеджменті університету в Україні. Дозволив створити чіткий опис стану речей.

Використано для систематизації та узагальнення отриманих результатів дослідження, необхідних для формулювання висновків. Цей комплексний підхід до дослідження дозволив отримати глибоке розуміння та збагачення теоретичної бази, що є ключовим для здійснення порівняльного аналізу обраної теми.

Наукова та практична значущість випускної роботи. Наукова новизна роботи полягає у комплексному дослідженні інформаційно-пропагандистських технік, використаних в англomовній пресі для презентації іміджу України на основі порівняльного аналізу. Результати даного дослідження можуть бути корисні для розуміння впливу інформаційних технік на сприйняття України в англomовній європейській пресі, а також для покращення інформаційної стратегії українських ЗМІ на міжнародному рівні. Робота також може послужити джерелом аналізу для політичних діячів, громадськості та журналістів, які цікавляться інформаційною війною та медійною репутацією України на міжнародному рівні.

Обґрунтування структури випускної роботи. Кваліфікаційна робота складається з трьох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків.

Розділ 1 «Теоретичні засади формування інформаційно-пропагандистських технік» дозволяє нам зануритися у глибини теоретичних аспектів, пов'язаних із створенням та використанням інформаційно-пропагандистських технік. У цьому розділі було розглянуто основні поняття, теорії та принципи, які лежать в основі формування і розповсюдження інформаційно-пропагандистських матеріалів. Важливим аспектом розділу є розкриття сутності інформаційно-пропагандистських технік як інструментів впливу на суспільство. Висвітлено ключові поняття, такі як інформаційна війна, медіа-маніпуляції та психологічна війна, що відіграють важливу роль у формуванні поглядів та переконань аудиторії.

Розділ 2 «Практичне значення формування інформаційно-пропагандистських технік» розкриває конкретні застосування інформаційно-пропагандистських технік у різноманітних сферах та ситуаціях. Цей розділ є ключовим для розуміння, як інформаційний вплив може бути використаний в різних контекстах та з метою досягнення певних цілей. На практичному рівні висвітлено приклади використання інформаційно-пропагандистських технік у політиці, економіці, соціальних мережах та інших сферах. Проаналізовано, як ці техніки можуть впливати на формування громадської думки, управлінські рішення, а також сприяти або заважати досягненню стратегічних цілей різних суб'єктів.

Розділ 3 «Перспективи інформаційно-пропагандистських технік формування іміджу України в англomовній європейській пресі після повномасштабного вторгнення РФ в Україну» висвітлює важливі аспекти впливу інформаційно-пропагандистських технік на формування іміджу країни в міжнародних мас-медіа, зокрема в англomовній європейській пресі. Аналізуючи розвиток ситуації після повномасштабного вторгнення Росії в Україну, розділ пропонує прогнози щодо можливих тенденцій та стратегій

використання інформаційно-пропагандистських технік для зміни іміджу України в світовому сприйнятті.

Апробація роботи. Результати дослідження будуть публікуватися у наукових журналах та презентуватися на наукових конференціях. Для збору додаткових думок і коментарів, робота також буде піддаватися обговоренню серед колег та експертів відповідних галузей.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-ПРОПАГАНДИСТСЬКИХ ТЕХНІК

Розділ 1 присвячено розгляду теоретичних засад формування інформаційно-пропагандистських технік. У ньому аналізуються основні поняття, принципи та стратегії, що лежать в основі створення ефективних інформаційно-пропагандистських кампаній. Подано системний підхід до вивчення цього явища з метою розкриття його ключових аспектів та впливу на сучасне інформаційне середовище.

1.1. Характеристика поняття «інформаційно-пропагандистської техніки»

Роботи, що досліджують інформаційний простір і особливості комунікації в ньому. Серед авторів таких праць зазначаються Грицай І.О. [5], Дубняк К.А. [10], Макаренко Л.Л., Грузина І.А., Пелешишин А.М., Ланде Д. В., Косенко Ю. В., Дубас О.П., Röttger P., Balazs B., Christopher P, York M., Chad C., Jerry M. Sollinger, Axelband E., Endy Y. Min, Bruce J. Held, Muhammad Z. Bhangu G. [45]. Дослідники аналізують інформаційний простір ХХ-ХХІ століть, порівнюють різні визначення, виявляють особливості цього простору.

Теоретичні та практичні дослідження, присвячені державному брендингу. Були проаналізовані роботи С. Анхольта, такі як «Beyond the Nation Brand: The Role of Image and Identity in International Relations» та «Nation branding: Concepts, issues, practice». Ці публікації допомогли зрозуміти такі поняття, як «імідж держави» і «національна ідентичність», і показали, що державний бренд - це складний феномен, який важко охарактеризувати численно [39].

Третя група досліджень включає аналітичні статті, присвячені образу та іміджу України [31]. Важливими дослідженнями стали творіння Семченка О.А. [31]. «Іміджева політика України», а також аналітична стаття Савон К.В.» [29]. «Категорії бренд, імідж, образ та репутація держави: порівняльна характеристика», Симоненка О.В. «Інформаційні основи у формуванні іміджу сучасних політичних лідерів України» та інші [32].

Ці дослідження допомогли розкрити різницю між основними іміджевими компонентами та їх характеристиками, а також виявити, як образ політичних лідерів впливає на сприйняття образу держави у громадян України та іноземців.

Інформаційно-прогандистська техніка є складним та актуальним поняттям в сучасному світі, де інформація виконує важливу роль у формуванні громадської думки, управлінні суспільством та визначенні геополітичних стратегій. Це термін об'єднує в собі різноманітні методи та техніки, спрямовані на вплив на свідомість та переконання людей, часто з метою досягнення політичних, економічних чи соціальних цілей.

Інформаційно-прогандистська техніка використовується різними суб'єктами, такими як держави, корпорації, політичні групи чи інші впливові структури. Вона може приймати різні форми, включаючи мас-медійну пропаганду, маніпуляцію інформацією в Інтернеті, соціальні мережі, психологічні операції та інші методи впливу на свідомість громадськості.

Однією з ключових характеристик інформаційно-прогандистської техніки є спроба керування переконаннями та перспективами людей, створюючи сприятливий або негативний образ об'єкта впливу. Це може включати в себе розповсюдження фейкових новин, маніпуляцію фактами, агітаційні кампанії та інші методи, які викликають емоційну реакцію та змінюють ставлення аудиторії.

Зростання цифрових технологій та доступ до Інтернету значно розширили можливості використання інформаційно-прогандистської техніки, дозволяючи швидше та ефективніше впливати на громадську думку. Однак це також створює виклики для суспільства, такі як фільтрація надійної інформації, захист від маніпуляцій та розвиток медіаграмотності.

Для боротьби зі зловживанням інформаційно-прогандистської техніки важливо розвивати критичне мислення серед громадян, вдосконалювати законодавство щодо дезінформації та сприяти розвитку технологічних інструментів для виявлення та протидії фейкам та маніпуляціям в інформаційному просторі.

Всесвітньо відомий британський політик, прем'єр-міністр Великої Британії – Вінстон Черчіль, одного разу висловив думку, яку можна перефразувати так: «Той, хто має доступ до інформації, має владу над світом». Ця цитата передбачала важливість інформації в XXI столітті. В цьому контексті розвиваються міжнародні відносини, де інформаційний процес глобалізації швидко змінює масштаби та охоплення.

У науковому дискурсі стали активно використовувати такі терміни, як «інформаційний простір», «інформаційне середовище» і «комунікація». Дослідники почали обговорювати, чи можна вважати ці поняття взаємозамінними, або вони мають відмінні значення. Після ретельного вивчення різних підходів до визначення «інформаційного простору», стало зрозуміло, що це область, де поширюється інформація, і головну роль відіграють суб'єкти та об'єкти інформаційної взаємодії, інформаційні ресурси і інформаційна інфраструктура [5].

Суб'єктами інформаційного простору можуть бути індивіди, соціальні групи, організації та органи влади, які використовують сучасні інформаційні технології у своїй діяльності. Проте інформаційний простір завжди залежить від людської діяльності.

В Україні можна виділити різні типи інформаційного простору, такі як інформаційний простір держави, європейський інформаційний простір, світовий інформаційний простір і віртуальний інформаційний простір.

Основні функції інформаційного простору включають інтеграцію, комунікацію, актуалізацію та геополітичний вплив. Інформаційний простір об'єднує різні сфери діяльності в єдине комунікативне і соціокультурне середовище, сприяючи взаємодії різних суб'єктів. Також він сприяє транснаціональній, інтерактивній та мобільній комунікації між суб'єктами. Інформаційний простір актуалізує інтереси різних суб'єктів шляхом реалізації інформаційної політики і впливає на геополітичні відносини та конкуренцію, змінюючи значення традиційних ресурсів [17].

Інформаційне середовище є важливою категорією, яка потребує нашого аналізу. Згідно з сучасними дослідженнями, воно часто розглядається як складова частина загального інформаційного простору. В 90-ті роки ХХ століття, коли формувалися основні поняття інформатизації, інформаційне середовище визначалося як системно організована сукупність установ, баз даних, мереж, бібліотечних фондів, системи адресації та нормативних документів, а також інструментів передачі даних і інформаційних ресурсів.

Отже, інформаційне середовище входить в загальний контекст інформаційного простору, будучи більш обмеженим за своїм змістом. Це підтверджується різними підходами до визначення цього поняття. Більшість вітчизняних науковців розглядають інформаційне середовище як частину інформаційного простору, з певними обмеженнями щодо території поширення та суб'єктів взаємодії. Це не лише сукупність технічних засобів обробки та передачі інформації, але й сукупність знань індивідів, які є цінним ресурсом в інформаційному суспільстві [79].

Зарубіжна історіографія також розглядає інформаційне середовище як конструкцію, на основі якої створюються уявлення про поширення інформації

та інформаційні системи. Воно служить основою для процесів спостереження, орієнтації, прийняття рішень та дій на основі інформації. Важливо відзначити, що аналіз кожного інформаційного середовища може вимагати різних характеристик, таких як географія, населення, комунікаційна інфраструктура, ЗМІ та громадські організації.

Також слід враховувати, що інформаційне середовище може бути важливим ресурсом для військових операцій в інформаційному полі і відігравати ключову роль для збройних сил. Зміни в інформаційному середовищі в останнє десятиліття, такі як зростання мобільних гаджетів та зміна ролі традиційних ЗМІ в цифровому світі, значно впливають на військові операції та вимагають важливого аналізу [82].

Інформація має кілька характерних властивостей, які варто враховувати:

- Наповнювати будь-який наданий їй простір і зберігатися незмінно в такому стані протягом тривалого часу. Інформація може заповнити будь-який ресурс, будь-який обсяг і зберігатися в тому ж стані довгий час.
- Варіативність - інформація може приймати різні форми, включаючи текст, звуки, графіку, відео і т. д. Вона може бути виражена різними способами, що робить її дуже різноманітною [6].
- Проективна та комунікативна спрямованість – інформація може бути використана для передачі повідомлень, спілкування та взаємодії між суб'єктами.

Українські дослідники А. Пелецишин і Р. Гумінський вивчають віртуальне інформаційне середовище і побудували модель інформаційного середовища в соціальних мережах, яка складається з внутрішнього та зовнішнього сегментів. Внутрішнє середовище включає різні дискусії, які створюються учасниками соціальних мереж. Зовнішнє середовище, за їхніми словами, характеризується одностороннім зв'язком інформаційно-

психологічного впливу на віртуальну спільноту, де агенти зовнішнього впливу не отримують зворотного впливу від аудиторії [27].

Зазвичай, інформаційний простір постійно розширюється і відіграє все більш важливу роль у сучасному житті. Індивіди взаємодіють та комунікують у цьому інформаційному просторі, що має глобальний характер завдяки інформаційним технологіям. Також важливо враховувати, що зміни в комунікаційному просторі можуть вплинути на систему цінностей та практичні пріоритети суспільства, включаючи політичну поведінку та культуру. Медіа-технології постійно еволюціонують, збільшуючи кількість каналів поширення інформації і змінюючи характер і структуру інформаційно-комунікаційного простору [27].

Аналіз інформаційних технологій показав, що без розвитку інформаційно-комунікаційного простору суспільство не може існувати. Тому розвиток і трансформація цього простору є важливим завданням для сучасної політологічної науки.

Справді, інформаційні канали грають важливу роль у створенні образів індивідів, об'єктів або феноменів. Інформація, яка подається через ці канали, може сформувати стійкі асоціації та враження в мисленні і пам'яті людей, які можуть впливати на їхнє сприйняття і реакцію на конкретні об'єкти або події.

У міжнародних відносинах образ держави грає важливу роль. Цей образ виникає завдяки інформаційним повідомленням, які стосуються держави і її діяльності. Образ держави може бути свідомо конструйованим або формуватися спонтанно. Важливо враховувати, що образ держави може впливати на сприйняття і ставлення до неї як внутрішньо, так і зовнішньо. Термін «образ держави» і «імідж держави» можуть використовуватися як синоніми, але деякі дослідники розрізняють їх, вказуючи на те, що імідж створюється свідомо і цілеспрямовано, тоді як образ може формуватися спонтанно [14].

Також важливо зазначити, що імідж держави може бути як зовнішнім, спрямованим на зовнішніх споживачів інформації, так і внутрішнім, спрямованим на власне населення. Імідж може бути зміксованим, суперечливим, сильно або слабко конструйованим, і вплив на нього зазвичай здійснюється через стереотипи, міфи та асоціації.

Усі ці аспекти підкреслюють важливість образу та іміджу держави у міжнародних відносинах і політиці, оскільки вони можуть впливати на сприйняття та реакцію інших держав і суспільства на дії та рішення даної держави.

К. Савон вказує, що в англomовному комунікативному просторі використовується інше поняття, а не «образ держави». Це тому, що в зарубіжній науковій думці визначення «імідж держави» включає в себе поняття «образ», і тому багато вчених розглядають ці терміни як ідентичні. Якщо порівнювати «репутацію держави» і «імідж держави», можна сказати, що імідж в більшій мірі будується на емоційних підставах, тоді як репутація має підтвердження від фактів [29].

Отже, сучасний інформаційний простір є важливою сферою розповсюдження інформації, де відбуваються всі життєві процеси суспільства, і його складовими є суб'єкти та об'єкти інформаційної взаємодії, інформаційні ресурси та інфраструктура. Особливостями цього простору є його динамічність, варіативність та спрямованість на комунікацію та проекцію.

1.2. Особливості інформаційно-пропагандистської техніки та формування іміджу країни

Для вирішення завдання просування позитивного іміджу країни в сучасних умовах необхідно відмовитися від методів «агітаційної пропаганди» та почати з національно-державної самоідентифікації. Імідж держави

представляє собою сукупність емоційних і раціональних уявлень, що виникають з порівняння всіх аспектів країни, власного досвіду та сприйняття, які впливають на створення конкретного образу. Усі ці фактори дозволяють при викликанні імені країни негайно створити повний ланцюг асоціацій щодо цієї країни. Успіх у формуванні та просуванні іміджу, а також відносини цієї держави з іншими країнами та перспективи її економічного розвитку в значній мірі залежать від цього.

Імідж країни - це складний комплекс об'єктивних характеристик державної системи (економічних, географічних, національних, демографічних тощо), що сформувалися внаслідок її еволюційного розвитку як складної багатофакторної системи світового порядку. Ефективність взаємодії її компонентів визначає тенденції соціально-економічних, суспільно-політичних, національно-конфесійних та інших процесів. Образ держави визначає, яку репутацію має країна у свідомості своїх громадян та глобальної громадськості через дії її суб'єктів взаємодії зі світом [13, с.187].

Позитивне сприйняття держави, як внутрішньо, так і на міжнародному рівні, є ключем до успіху глобальних політичних, соціальних та економічних ініціатив і реформ. Важливо враховувати, що оптимізація системи влади та управління, а також механізми соціально-психологічної мотивації та нейтралізації негативних стереотипів грають значущу роль у формуванні іміджу країни. Все це стає важливою частиною сучасної політики та розвитку будь-якої держави [64], [65], [48].

Формування образу України піддається впливу трьох основних груп факторів:

- Природно-ресурсний потенціал, національна та культурна спадщина, геополітичні фактори (географічне положення, розміри території, кордони, вихід до морів), історичні події (завоювання, наукові та географічні

відкриття) та внесок видатних українців. Ці фактори формують базу державного устрою та структури управління.

- Соціально-психологічні аспекти в українському суспільстві, включаючи настрої, форми суспільно-політичної інтеграції, діяльність суспільно-політичних об'єднань та моральні аспекти. Ці аспекти визначають структуру та характер діяльності українського суспільства [14, с.276].

- Стабільність української економіки, що враховує доходи на душу населення, обсяги залучених інвестицій, фінансову стабільність бюджетів різних рівнів, гарантії прав і свобод господарюючих суб'єктів на українському ринку, правовий простір та відповідність українських норм міжнародним стандартам.

Ці фактори визначають ефективність державного регулювання різних сфер діяльності в Україні.

Історія показує, що тенденції, які сприймаються як сприятливі для розвитку країни, можуть в інший час і в іншій країні розглядатися як негативні. Важливо враховувати, що немає жодної ідеальної країни, і всі вони мають свої проблеми. Однак позитивне сприйняття України як країни та її громадянами може бути важливим для її успіху та міжнародної репутації.

Перш ніж розпочати будувати стратегію формування позитивного іміджу України в світовому інформаційному просторі, необхідно чітко визначити, які цілі і завдання країна хоче досягти. Україна повинна створити у свідомості міжнародної громадськості адекватну картину української дійсності. Важливо уникати двох екстремальних підходів: підсилювати негативне сприйняття країни, вказуючи лише на проблеми, або створювати ілюзію, що не відповідає реальності.

Україна повинна створити прозору та зрозумілу платформу, яка об'єднає PR-активності та рекламні заходи в ЗМІ. Важливо, щоб ця платформа не суперечила реальному стану речей у країні, і щоб вона не створювала ілюзій,

які руйнуються після першого ж контакту з Україною. Рекламні та PR-кампанії повинні підкріплюватися реальними внутрішніми змінами в країні.

Формування іміджу України – це складне завдання, яке включає безліч етапів і напрямів. Перший крок у будь-якому формуванні іміджу – це оточення лояльності серед власних співробітників та громадян. Інформаційно-освітня робота всередині країни, особливо щодо її зовнішньополітичного курсу розвитку, може бути одним з найбільш актуальних кроків у формуванні позитивного іміджу України за кордоном [15, с.33-38].

У вимірах формування іміджу України важливо враховувати очікування зовнішнього співтовариства, а також подавати реальну картину внутрішніх змін і досягнень країни. Україна повинна працювати над вирішенням найважливіших проблем, які відокремлюють її від демократичного ідеалу, включаючи політичну та економічну нестабільність, корупцію, неякісний менеджмент та відсутність правової культури. Такі кроки можуть вже стати приводом для початку іміджевої кампанії, яка буде підкріплена реальними досягненнями.

Успішне будівництво репутації країни напряму відображається у тому, як демонструються та захищаються її національні інтереси. Формування і утвердження іміджу країни має велике значення і може сприяти об'єднанню суспільства. Протягом минулих десяти років в Україні розроблялись і впроваджувались програми для підвищення іміджу країни на міжнародному рівні. Проте важливо відзначити, що ця робота фокусувалася переважно на зовнішньоекономічних відносинах та залученні інвестицій.

Завдання формування внутрішнього іміджу України залишилося хаотичним, і це є недоліком. Адже без успішної роботи над внутрішнім іміджем країни важко буде позиціонувати Україну за кордоном та зберігати її як державу. Створення та просування іміджу України та її регіональних

ідентичностей є важливою умовою для підвищення соціального самопочуття громадян і формування позитивного сприйняття України в світі [16].

Загальні принципи для формування іміджу територій включають:

- Першочерговою метою є створення позитивного іміджу країни та її регіонів серед українців. Розуміння того, як громадськість сприймає себе та свою країну, впливає на сприйняття нас за кордоном.

- Важливо акцентувати увагу на патріотичному вихованні громадян України, виходячи за рамки клубів і освіти, і здійснюючи системний і комплексний підхід.

- Оскільки моральні аспекти є важливими для формування іміджу країни, слід створювати умови для відновлення духовних цінностей, поваги до традицій, захисту суспільної моралі та сімейних цінностей.

- Ефективність управління державою та правовий простір є ключовими факторами для формування іміджу України, тому слід підвищувати ефективність державного управління, розвивати правові цінності як основу сильної держави та боротьбу з корупцією на всіх рівнях.

Узагальнюючи вищезазначене, можна висловити наступне:

Важливо розробити та реалізувати концепцію інформаційної політики держави, яка враховуватиме потреби у підвищенні репутації країни. Ключовим є ефективний інформаційний супровід діяльності державних органів на всіх рівнях. Основними напрямками розвитку є забезпечення інформаційної відкритості, ефективного обміну інформацією між владними структурами, ЗМІ та громадськими організаціями, а також заохочення ЗМІ публікувати матеріали, що сприяють покращенню іміджу країни як внутрішньо, так і за кордоном, через проведення конкурсних програм [17, с.102-117].

Важливо розробити концепцію представлення України в світі, яка передає країну як культурно розвинену, науково-технологічно відому з

багатою історією і багатообіцяючим майбутнім. Країна має відповідати вимогам нової світової «економіки знань».

Розвиток репутації України має стати загальнонаціональним завданням, яке об'єднає зусилля держави, корпорацій, громадських об'єднань і груп. Для ефективною координації цих зусиль необхідно створити спеціальний інтелектуальний центр, здатний розробити відповідну інформаційну політику та сприяти її реалізації.

Імідж держави формується на різних рівнях, включаючи дії урядових органів, міжнародні економічні відносини компаній та поведінку українських громадян за кордоном. Важко сказати, який з цих рівнів є найважливішим, але міжособистісне спілкування грає важливу роль у формуванні іміджу країни, оскільки кожен громадянин України є посольством бренду «Україна», і їхня поведінка віддзеркалює країну [18].

Сильні сторони іміджу України включають культуру, спорт і багатий історичний спадок, які надають країні унікальний характер. У сучасному світі, де споживацькі цінності вже занадто розповсюджені, ці аспекти стають особливо важливими, зокрема і для молодого покоління. Це може слугувати драйвером поліпшення іміджу України. Проте, слабкою стороною є відсутність патріотизму та недостатній рівень оптимізму, навіть у складні моменти та за відсутності задовільного стану справ у країні.

Позитивний імідж України може бути покращений через події, такі як Євро-2012, які привертають увагу світової спільноти і демонструють позитивні аспекти країни. Однак для об'єктивної оцінки іміджу України необхідно провести систематичні аналітичні дослідження, які враховуватимуть зовнішні та внутрішні фактори, що впливають на імідж країни.

Ці фактори можна розділити на зовнішні та внутрішні, включаючи зовнішню політику, національні інтереси, співпрацю зі світовими партнерами,

економічний клімат, добробут населення, дотримання прав громадян, рівень корупції, рівень злочинності та інші соціальні аспекти [19].

Психологічні аспекти, такі як гордість за країну, бажання жити та інвестувати в Україну, комфорт і безпека, також грають важливу роль у сприйнятті іміджу України як позитивного. Сповнення цих аспектів може сприяти поліпшенню іміджу України та залучати зацікавленість зі сторони світового співтовариства.

Так, створення та управління іміджем України є важливим завданням, оскільки імідж держави впливає на сприйняття її громадянами, політичними інститутами і громадськістю закордонних країн. Успішний імідж може допомогти Україні зайняти відоме та конкурентоспроможне місце в сучасному світі.

Погана репутація або відсутність іміджу можуть негативно позначитися на державній політиці та конкурентоспроможності країни в міжнародному вимірі. Зовнішній імідж країни має велике значення, і важливо враховувати думки та погляди закордонних споживачів і громадськості. Моніторинг закордонних ЗМІ та відгуки зовнішнього світу є важливою частиною процесу іміджбілдингу [20].

Для створення позитивного іміджу України, важливо висвітлювати її сильні сторони, такі як громадянське суспільство, культурне життя, свобода слова та здатність розв'язувати протиріччя мирним шляхом. Важливо акцентувати увагу на позитивних аспектах та досягненнях України, щоб поліпшити її імідж та привернути увагу світового співтовариства.

Це підкреслює важливість впливу масових комунікацій та засобів медіа, які дозволяють краще розуміти імідж та репутацію країни, а також коригувати їх у відповідності до потреб та побажань закордонної громадськості.

Цитовані огляди України в іноземних ЗМІ відображають різні погляди та оцінки ситуації в країні. Вони відображають деяку складність і розбіжності у сприйнятті України з боку іноземних аналітиків та журналістів.

Деякі оцінки підкреслюють позитивні зміни в Україні після Помаранчевої революції, зазначаючи, що країна стала більш вільною, і громадяни стали впевненішими. Проте, інші оцінки залишають відкритими питання щодо економічної стабільності та політичної корупції.

Важливо пам'ятати, що імідж країни може визначатися багатьма факторами, і різні особи та інституції можуть мати різні погляди на ситуацію. Оцінки іноземних журналістів не завжди є об'єктивними, і вони можуть відображати їхні власні точки зору і погляди [21].

Для поліпшення іміджу України в іноземних ЗМІ важливо продовжувати робити кроки у напрямку політичної й економічної стабільності, боротьби з корупцією та підвищенням рівня добробуту населення. Також важливо сприяти більш активній комунікації з іноземними партнерами і розповсюдженню позитивних аспектів та досягнень України.

Іноземні ЗМІ відображають різні аспекти життя України, і їхні публікації можуть відображати різні погляди та підходи до країни. Як ви вже вказали, деякі ЗМІ приділяють увагу науково-технічним розробкам та позитивним аспектам України, в той час як інші можуть акцентувати увагу на проблемах та складнощах, з якими країна стикається.

Важливо пам'ятати, що образ країни в іноземних ЗМІ може бути залежний від численних факторів, включаючи політичну ситуацію, економічний розвиток, міжнародні події, та інше. Також важливо враховувати, що ЗМІ часто намагаються привернути увагу аудиторії через сенсаційні заголовки та емоційні матеріали, що може вплинути на сприйняття України.

Для поліпшення іміджу України в іноземних ЗМІ важливо продовжувати працювати над розвитком науково-технічних проєктів, боротьбою з

корупцією та підвищенням рівня добробуту населення. Також важливо активно співпрацювати з іноземними ЗМІ та створювати комунікаційні кампанії для позитивного представлення країни за кордоном [22].

Імідж України на міжнародній арені розглядається в контексті різних вимірів та інтересів різних країн. Кожна країна виявляє підвищений інтерес до окремих аспектів нашого краю, які їй особливо цікавлять. Наприклад, для американців важливими є наші військово-промисловий комплекс та піратство у сфері відео- та аудіопродукції. Німці віддають перевагу дискусіям про компенсації гастарбайтерам з часів Другої світової війни, росіяни цікавляться нашою енергетичною транспортною системою, а поляки – українцями, які працюють в Польщі.

Нажаль, загальний імідж України часто спотворюється старими та новими стереотипами, і це є справжньою проблемою. Польські експерти виокремили кілька ключових факторів, які впливають на формування міжнародного іміджу України. Серед них важливість політичної обстановки, стан дипломатичних відносин, роль українського громадянського суспільства, вплив ЗМІ, зовнішньоекономічна діяльність, роль українських діаспор та української політичної та економічної еліти.

За оцінками польських експертів, Д. Бурстіна і Катліпа С. М. у формування міжнародного іміджу країни є обмеженим. Це не лише через недостатню активність українських ЗМІ та громадських організацій, але й через недостатність розвиненості цих інститутів громадянського суспільства в Україні [6].

Польські експерти також відзначають, що їх оцінки негативних чинників, що впливають на міжнародний імідж України, збігаються з оцінками міжнародних організацій, аналітичних центрів та більшості ЗМІ. До цих чинників відносять корупцію у владних структурах, низький рівень економічного розвитку, обмежений прогрес у сфері економічних реформ,

низький рівень життя населення, злочинність та недостатню якість послуг для іноземців. У той же час, такі аспекти, як поведінка українців за кордоном або порушення прав людини в Україні, менше важливі для польських експертів.

Польські експерти ідентифікують ряд негативних факторів, які значно впливають на міжнародний імідж України. Серед них зазначаються:

- Корупція: Проблема корупції в органах влади та суспільстві залишається однією з головних негативних характеристик України.
- Проблема Чорнобиля: Катастрофа на Чорнобильській АЕС залишає свій слід в міжнародному іміджі країни через асоціації з радіаційними наслідками та екологічними проблемами.
- Невиконання міжнародних зобов'язань: Відмова або недостатнє дотримання міжнародних зобов'язань також впливає на сприйняття України за кордоном [5].

З іншого боку, польські експерти визнають наявність позитивних факторів, які впливають на міжнародний імідж України:

- Присутність України в Раді Безпеки ООН: Це свідчить про активну участь країни в міжнародних справах та дипломатичному процесі.
- Співпраця з європейськими та євроатлантичними структурами: Україна розвиває співпрацю з Європейським Союзом та НАТО, що підсилює її інтеграцію зі заходом.
- Підтримання мирної міжнародної обстановки: Участь України у миротворчих операціях та сприяння мирному врегулюванню конфліктів сприяють позитивному іміджу країни.

Польські експерти також надають конкретні рекомендації щодо покращення міжнародного іміджу України. Вони наголошують на необхідності активізації економічних реформ та боротьби з корупцією. Також важливими є покращення ефективності зовнішньої політики та розвиток

послуг для іноземців. Важливим є також підтримка мирного розв'язання конфліктів та дотримання міжнародних зобов'язань.

Негативні чинники, що впливають на міжнародний імідж України в очах поляків, включають недостатню інформованість про українську обстановку, економічну залежність від Росії, невідповідність зовнішньополітичного курсу України і повільний прогрес у її інтеграції в Європу. Також важливими є питання поведінки українців в Польщі, минулих конфліктів у двосторонніх відносинах та проблем етнічних поляків в Україні, трудової міграції українців до Польщі та якості товарів, які імпортуються з України. Усі ці чинники створюють складну обстановку у відносинах між Україною та Польщею.

Загалом, польські експерти сприймають сучасну ситуацію в Україні з негативного боку, і це відображається на їхньому сприйнятті міжнародного іміджу країни.

1.3. Основні напрями використання інформаційно-пропагандистських технік

Існують різні напрями використання інформаційно-пропагандистських технік, які можна розділити на кілька груп залежно від їх походження:

Група матеріалів ЗМІ включала новини, статті та сюжети з різних вітчизняних і зарубіжних медіаплатформ, що стосувалися важливих подій в досліджуваній період. Основними джерелами інформації були авторитетні новинні видання, такі як BBC та CNN, а також інші публікації, такі як The Guardian, The Washington Post та The New York Times. Для аналізу використовувався пошуковий запит «Україна», який допоміг провести контент-аналіз новинної інформації.

До першої групи джерел входили аудіовізуальні матеріали, такі як фотографії, відео та кінофрагменти, які відображали життя та події в Україні

під час військових конфліктів. Ця інформація була здобута з таких медіаплатформ, як BBC News і CNN International, і включала яскраві зображення Революції Гідності 2014 року, а також відеоматеріали з подій, таких як анексія Криму та сучасні військові події в Україні 2022 року.

У другу групу входили матеріали зі сторінок соціальних мереж, які також були використані для аналізу та дослідження думок та реакцій громадськості щодо подій в Україні [64], [6534], [48].

Третя група складалася з стратегічних документів та законодавчих актів України, які були важливими для аналізу контексту та правового регулювання досліджуваних питань.

Четверта група містила матеріали зі світових рейтингів, які надали додаткову інформацію про місце України в світовому контексті.

Для підтримки дослідження також було використано інтерв'ю з сучасними політичними діячами, такими як Олена Зеленська, а також аналіз обкладинок світових глянцевого видань, які висвітлювали українські питання. Крім того, було опрацьовано матеріали з героїчними діями ЗСУ, волонтерів та українських ілюстраторів, які відображали важливі аспекти життя українського суспільства під час військових подій.

Четверта група джерел включає в себе сторінки соціальних мереж українських політичних діячів, культурних брендів та громадських організацій, які активно брали участь у волонтерській діяльності. Ці джерела були особливо корисні для написання третього розділу, який стосувався трансформації іміджу України під час військових подій. Наприклад, у дослідженні враховувалися особисті сторінки соціальних мереж талановитих українських ілюстраторів, таких як Микита Тітов і Марія Кінович. Також аналізувалися сторінки зарубіжних глянцевого видань і видавництв, де з'являлися українські образи, ілюстративний матеріал, гасла та слогани в

підтримку України, що допомогли вивчити, як змінювалося сприйняття України іноземною громадськістю після початку війни.

Також були використані веб-сайти державного типу, такі як «The official website of Ukraine» [76] і «Ukraine UA. 100 stories of brave Ukrainians» [88]. Окрема увага приділялася офіційному інтернет-представництву Президента України Володимира Зеленського. Також в дослідженні згадувалися сторінки, на яких анонсувалися події закордонних виставок і презентацій в підтримку України, такі як офіційні сторінки проектів «Printemps Ukrainien» і «Triennale Milano». Також були переглянуті особисті сторінки в соціальних мережах політичних діячів України, зокрема сторінки Володимира Зеленського та Олени Зеленської.

П'ята група включає стратегічні документи та законодавчі акти України, які стосуються позиціонування України за кордоном. У рамках наукової роботи були враховані найновіші державні стратегії та експертні аналітичні дослідження, які визначали зовнішньополітичний курс України та питання міжнародного іміджу та позиціонування. Наприклад, проєкт «Концепція зовнішньої політики України» був проведений Дипломатичною академією України ім. Геннадія Удовенка при Міністерстві закордонних справ за підтримки Фонду ім. Фрідріха Еберта в Україні та Білорусі в співпраці з UA: Ukraine Analytica [2].

Шоста група джерел включає в себе «Стратегію публічної дипломатії України», яка була ухвалена Наказом МЗС від 24.03.2021 [34]. Ця стратегія визначала основу для просування позитивного іміджу України за кордоном і створення нових наративів про нашу державу до початку повномасштабної військової агресії РФ.

Сьома група джерел включає матеріали світових рейтингів, які використовувалися в магістерській роботі. До цих джерел входять дані з рейтингів популярності новинних сайтів «Top 15 Most popular news websites in

the world 2022» та «Top 50 news sites worldwide», а також рейтинг «State of Mobile Internet Connectivity Report. 2019».

Важливим у дослідженні використання інформаційно-пропагандистських технік в медіаматеріалах – це методологічний аспект, який включає:

1) системний підхід, який є загальнонауковим методологічним напрямком для розробки методів та способів теоретичного дослідження складно організованих об'єктів. Цей підхід включає аналіз цілісних об'єктів та явищ, а також вивчення механізмів інтеграції їх частин у ціле.

2) порівняльний метод для аналізу новинного контенту двох досліджуваних медіаплатформ – BBC News і CNN International, а також для порівняння висвітлення України в цих медійних мовниках у 2014 та 2022 роках.

Для проведення комплексного дослідження використовувалися спеціальні методи, такі як метод кейсів, контент-аналіз та івент-аналіз [34].

Метод кейсів в цьому науковому дослідженні використовується для ілюстрації теорії через конкретні приклади і практичні ситуації. Він дозволяє показати, які саме новинні сюжети були включені в дослідження різними світовими медіа та як вони взаємодіяли між собою. Кейси також використовуються для демонстрації трансформації образу України у різних аспектах, таких як мова, образ на обкладинках глянцевого видання та культурні показники під час війни в Україні [45], [69], [16].

Якісний контент-аналіз є базовим методом дослідження і використовується для вивчення великих обсягів новинної періодики зарубіжних та вітчизняних ЗМІ, а також глибокого аналізу їхнього змісту.

Івент-аналіз використовується для аналізу публічної інформації та для систематизації інформації з метою відповіді на поставлені запитання.

Зазначені різноманітні джерела допомогли аналізувати комплексний образ України в міжнародній системі. Матеріали ЗМІ були основою дослідження, дозволяючи вивчити, як події в Україні транслюються світовими мовниками. Аудіовізуальні матеріали та соціальні мережі розширили змістовність дослідження. Стратегічні документи та законодавчі акти України дозволили вивчити політичний курс та публічну дипломатію України. Матеріали світових рейтингів допомогли визначити найпопулярніші медіа та їх популярність в міжнародній спільноті. Разом з цими методами і джерелами дослідження допомогли досягти мети та завдань магістерського дослідження.

Висновки до розділу 1

Отже, у першому розділі нашого дослідження ми розглядали теоретичні засади формування інформаційно-пропагандистських технік. З цього розділу ми можемо зробити наступні висновки:

- Інформаційно-пропагандистські техніки є важливою складовою сучасного інформаційного середовища. Вони використовуються для впливу на громадську думку, формування образів та навіть маніпуляції інформацією.
- Техніки інформаційної пропаганди можуть бути використані як для позитивних, так і для негативних цілей. Вони дозволяють створити образ певної події, особи або країни у відповідний спосіб, що впливає на сприйняття цієї інформації аудиторією.
- Засоби масової інформації, соціальні мережі та інші медійні платформи грають ключову роль у поширенні інформаційно-пропагандистських технік. Вони дозволяють широкому колу людей отримувати інформацію та впливати на громадську думку.
- Розуміння інформаційно-пропагандистських технік є важливим для критичного мислення і аналізу інформації. Індивіди та суспільство

повинні бути обережними та критичними стосовно інформації, яку вони споживають, і розуміти, як ця інформація може бути використана для маніпуляцій.

Дослідження інформаційно-пропагандистських технік має важливе значення для наукового розвитку та розуміння впливу інформації на суспільство. Ми побачили, що ця тема має безліч аспектів і може бути предметом подальших досліджень.

Загальні висновки з цього розділу підкреслюють важливість розуміння інформаційно-пропагандистських технік у сучасному інформаційному середовищі та необхідність критичного ставлення до інформації, яку ми споживаємо.

РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНЕ ЗНАЧЕННЯ ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-ПРОПАГАНДИСТСЬКИХ ТЕХНІК

Розділ 2 «Практичне значення формування інформаційно-пропагандистських технік» вивчає конкретні методи та прийоми впливу через інформаційно-пропагандистські засоби. Зокрема, розділ розглядає практичний вигляд використання таких технік у впливі на аудиторію та формування її поглядів та переконань. Аналізуються приклади успішних впроваджень цих технік і їхнє відображення у сучасних суспільних та політичних процесах.

2.1. Порівняльний аналіз інформаційно-пропагандистської техніки формування іміджу України в англomовній європейській пресі після повномасштабного вторгнення рф в Україну

У висловленні професорки Акулініної М. наголошується на тому, що сучасний світ залишається стабільним, але змінюється під впливом медіа. Вона порівнює зародження публічної сфери через традиційні ЗМІ з її розвитком в електронному медіасередовищі. Зазначається, що сучасні електронні ЗМІ формують громадську думку, впливають на настрої суспільства і створюють умови для відкритого діалогу [1].

Гордійчук Д. додає, що в епоху інформаційно-комунікаційних технологій інтернет і соціальні мережі стають ключовими каналами для передачі євроінтеграційної тематики, завдяки швидкості поширення інформації. Вона вказує, що відмінності між традиційними ЗМІ та соціальними медіа полягають у тому, що перші ставлять на передній план перевірені факти, тоді як у других якість та правдивість інформації не завжди важливі, і вони активно залучають аудиторію до дискусій [4].

Особливий акцент робиться на ролі соціальних мереж, які, за словами Грицай І.О., є структурами, що базуються на контактах між індивідами та обміні різноманітною інформацією. Зазначається, що вони стають джерелом інформації для кожної особи [5].

Докладно спроектована та безжальна інформаційна кампанія, яка мала на меті не лише дезінформацію населення України, але й його деморалізацію, була задумана задовго до початку повномасштабної агресії проти України. Ця кампанія ґрунтувалася не лише на російській пропаганді, але й на помилках самої України, які стали приводом для журналістів та влади Кремля створювати пропагандистські матеріали. Значна увага була приділена російським дезінформаційним кампаніям та поширенню фейкових новин, які охопили західні країни протягом останнього десятиліття та мали різні наслідки у всьому світі.

Проте не всі розуміли або, можливо, ігнорували, які можуть бути наслідки цієї ретельно спланованої пропаганди [7]. Світ був шокований спробами росії втрутитися у виборчий процес у Сполучених Штатах у 2016 році та використовувати всі свої пропагандистські зусилля. Фабрика тролів, розташована в Санкт-Петербурзі, працювала цілодобово, розповсюджуючи фейкові новини через соціальні мережі. В інших країнах, де не вдавалося досягти вибору улюбленого кандидата, росія використовувала існуючі політичні турбуленції або створювала новий хаос та соціальні проблеми, щоб підірвати демократичний розвиток.

У Європі, де багато країн залежать від енергетичних ресурсів росії, остання проводила агресивні інформаційні кампанії, що в багатьох випадках посилювали залежність Європи від газових поставок. «Північний потік-2» є найвідомішим прикладом: його будівництво приурочено до окупації Росією українського Криму та частин Луганської та Донецької областей, що фактично означало війну в цих регіонах України [8].

Показників того, що злочини росії, будуть лише зростати, завжди було вдосталь. Російська пропаганда протягом років розширювала свої можливості, створюючи передумови для масштабного вторгнення в Україну 24 лютого 2022 року. Також зусилля були спрямовані на дискредитацію іміджу України серед західних партнерів.

Спеціально введена лексика використовувалася для створення негативного уявлення про Україну. Багато експертів називали війну на Донбасі українською «кризою», відвертаючи увагу від справжньої проблеми – російської окупації цих територій. Країну також зображували як невдале державне утворення. Той факт, що Україна перебуває в стані війни вже вісім років, часто мінімізувався або ігнорувався, оскільки конфлікт подавався як внутрішня проблема. Російська пропаганда використовувала різноманітні стратегії та спрямовувалася на різні цільові аудиторії. В Україні росія, намагалася поширювати суперечливі наративи та пропагувати обманливі інтерпретації та причини.

Однією з стратегій, що передувала повномасштабному вторгненню росії, в Україну, було переконання, що їй вдалося створити базу прихильників в Україні. Проте російські війська не були радо прийняті в Україні і стикалися з безкомпромісним опором з боку простих громадян у кожному куточку країни [9]. Масштабна пропагандистська кампанія також була проведена в росії, вона живиться безпрецедентними ресурсами та великою кількістю контенту, призначеного для внутрішнього використання. Останні роки громадянам росії, систематично вводили інформацію, яка проголошувала необхідність війни з НАТО та Україною.

В росії, і НАТО, і Україну зображували як агресивних ворогів, які прагнуть її знищити. З іншого боку, росія, позиціонувалася як останній бастион і захисник істинних цінностей православ'я та «руського мира», яким загрожує корумпований ліберальний Захід. Більше того, демонізація ворога стала

ключовою метою російської пропагандистської машини, що безперервно працювала на це. Державні телевізійні канали та ЗМІ щодня відводили значний час ефіру, інтернет-висвітлення та газетні статті обмірковуванню України, США, ЄС та НАТО. Україна стала центральною темою у всіх телепередачах та новинах [10].

Всі виправдання, які висловив Путін у своїй гучній ранковій промові 24 лютого 2022 року, де він оголосив про війну проти України, що в росії, називається «спеціальною військовою операцією», були інтенсивно обговорені ведучими у форматі конфронтації та гостями телепередач під час прайм-тайму. Таким чином, росія, свідомо радикалізувала російське суспільство у відношенні України та українців [11]. Російська пропаганда акцентувала увагу на перевагах своєї армії над будь-якою іншою армією світу, включаючи її ядерний потенціал. Погрози перетворити США та їх союзників у Європі на радіоактивний попіл неодноразово звучали відкрито.

Російська армія навіть має свій власний дуже популярний телеканал, «Звезда», який цілодобово працює на пропаганду війни та агресії. Російська пропаганда стала нахабнішою і залишалася без відповіді протягом багатьох років, що призвело до повномасштабного вторгнення в Україну, служачи для введення в оману та для обману росіян [12].

Того ранку, коли росія вторглася в Україну, президент Володимир Путін виступив на телебаченні, роз'яснюючи своє обґрунтування війни. У той час, коли занепокоєння тим, що мало статися з українцями та Україною, тривало в умах багатьох людей, політики та науковці залишалися з питанням щодо виправдань, які висловив Путін.

Застарілі турботи щодо розширення НАТО та впливу Заходу були частиною його обґрунтування, але також висувалися гуманітарні занепокоєння, такі як необхідність російського протидії ультраправому націоналізму і неонацистському екстремізму в Україні та припинення

українського геноциду етнічних росіян. Перші твердження є добре відомими стратегічними проблемами для росії,, але другі є результатом тривалої кампанії дезінформації російського уряду. Слід зауважити прямо: не існує жодних доказів будь-якого українського геноциду проти етнічних росіян. Тим не менше, Путін висловив такі твердження у своїй промові [13, с.187].

Протягом останніх кількох місяців, коли світ стежив за російськими військовими навчаннями та збільшенням військових сил біля українського кордону, занепокоєння щодо можливого російського вторгнення ставало все поширенішим. Уже у 2008 році російські дипломатичні заяви говорили про зростання українського ультраправого екстремізму та фашизму та висловлювали необхідність денацифікації України та вирішення можливих порушень прав людини в контексті російськомовних етнічних груп.

Це відбувалося за роки до того, як протести на Євромайдані привели Україну до приєднання до ЄС, а не до росії. Обґрунтування Путіна для вторгнення в Україну розгорталося роками [14, с.276]. Під час протестів на Євромайдані в 2013 році Росія звинувачувала у насильстві, головним чином, ультраправих українських екстремістів і Захід у поширенні екстремізму в Україні. З того часу звинувачення на адресу України у тому, що вона є державою, яку контролюють неонацисти, стало стандартним російським наративом. росія покладала відповідальність на неонацистів за підбурювання протестів і за початок збройного конфлікту на сході України.

Міністерство закордонних справ росії продовжувало звинувачувати так званих «неонацистів і українських екстремістів» у насильстві під час збройного конфлікту після 2014 року. Ці звинувачення поступово втрачали актуальність, але знову стали актуальними у контексті обґрунтування росії для вторгнення в Україну в 2022 році. Важливо відзначити, що хоча такі заяви про відродження фашизму в Україні були широко дискредитовані за кордоном, вони знайшли своє визнання в Росії, де їх широко популяризували

прокремлівські ЗМІ [36, с.92]. Звинувачення в тому, що Україна порушує права людини своїх мешканців (особливо етнічних росіян), схожі на заяви про неонацизм.

Хоча вказівки на націоналістичні тенденції існували і перед Євромайданом, вони стали стандартним наративом із початком збройного конфлікту на сході України в 2014 році. Неодноразово розмови про зростання нацизму в Україні пов'язувалися з звинуваченнями у збільшенні насильства та порушеннях прав людини. Наприклад, заява від вересня 2014 року описує порушення прав людини в Україні, які призвели до «масової загибелі цивільного населення» через «зростаюче поширення радикальної, передусім ультранационалістичної, неонацистської ідеології». Після початку бойових дій у 2014 році росія постійно звинувачувала Україну у агресії та різних порушеннях міжнародного права.

Цікаво, що росія не звинувачувала Україну ні в плануванні, ні в вчиненні геноциду аж до самого нападу у 2022 році. Це відображає те, що росія діяла аналогічно під час вторгнення до Грузії у 2008 році, коли спочатку висувала обвинувачення у серйозних порушеннях прав людини, а потім обвинувачувала у геноциді в самому початку вторгнення [15, с.33-38]. Ці типи виправдань не є новими для країни-агресора - офіційні особи висували схожі обвинувачення та заяви під час військових операцій Росії в грузинській війні 2008 року.

Під час цього конфлікту країна звинувачувала режим грузинського президента Міхеїла Саакашвілі у вчиненні жорстоких злочинів і стверджувала, що втручається, щоб врятувати життя, запобігти геноциду та захистити російських громадян, які проживають в Грузії. росія активно використовувала свою пропаганду для знищення опозиції, введення населення Грузії в оману та утримання Грузії від вступу до ЄС і формування незалежної міжнародної політики. Однак не було ніяких доказів геноциду з боку

грузинського уряду перед вторгненням росії. Під час п'ятиденного конфлікту було вбито 228 цивільних осіб з Грузії, і не було доказів того, що грузинські війська намагалися націлено вбивати цивільне населення.

Серед додаткових втрат у цьому конфлікті – 170 військовослужбовців і 14 поліцейських з Грузії та 67 російських військовослужбовців [16]. Схожість між двома конфліктами із вторгненням було зумовлене політичними цілями кремля, а не матеріальною безпекою. З моменту свого виступу на Мюнхенській конференції з безпеки 2007 року Путін постійно наполягав на нагальній необхідності протистояти подальшому розширенню НАТО на схід як на імперативі національної безпеки. Другою мотиваційною силою дій Путіна в 2008 і 2022 роках є виживання режиму. Тут слід підкреслити взаємозв'язок внутрішньої та зовнішньої політики, Путінські війни – це продовження внутрішньої політики.

Окрім загальної параної, яка впливає з «кольорових революцій», що відбулися по всьому регіону в 2000-х роках, він також довго боявся економічного розвитку та демократичної загрози, що надходить із Грузії та України. З 2005 по 2007 рр. економічне зростання Грузії становило в середньому 10,5% на рік. Для порівняння, наприкінці 2021 р. безпосередньо перед вторгненням у 2022 році ВВП України зріс на 5,9% у річному обчисленні в четвертому кварталі 2021 року порівняно з 2,7% у попередньому кварталі. Економіка [45] як Грузії, так і України перебувала на підйомі безпосередньо перед їхнім вторгненням.

Таким чином, виглядає так, ніби росію побоюється, що Грузія та Україна можуть забезпечити процвітання та можливості своїм громадянам поза системою російського альянсу, що, у свою чергу, також може потенційно перевершити те, що росія може запропонувати своєму власному народу. У результаті, намагаючись перешкодити демократичній Грузії та Україні стати більш економічно інтегрованими із Заходом, країна-агресор вдалася до

ворожих дій [17, с.102-117]. Іншим джерелом занепокоєння російського режиму є наслідки демократії в так званому «ближньому зарубіжжі» росії. Путін довгий час намагався стримати його поширення в регіоні, що стало мотивуючим фактором для обох вторгнень.

Натомість Путін спробував скористатися поняттям «русский мир» – етнокорпоративістською моделлю неоімперської автократії. Проте процвітаючі демократичні альтернативи біля кордонів росії кидають символічний виклик цьому наративу. І навпаки, нестабільні Грузія та Україна підтверджують наратив про те, що вестернізація призводить до трагедії. У росії свіжі спогади про хаос і нестатки «диких 90-х». Проте, всупереч кремлівським посяганням, процвітаюча та демократична Грузія та Україна свідчать про те, що вестернізація можлива не лише в Євразії, але, можливо, також, що поганий досвід Росії є складнішим, ніж передбачає державний наратив [22].

Слід також серйозно розглянути бажання Путіна змінити режим у Грузії та Україні. Загальновідомо, що ще у 2008 році міністр закордонних справ росії Сергій Лавров вимагав відсторонення від влади тодішнього президента Грузії Михайла Саакашвілі. Те ж саме сталося 25 лютого 2022 року з Україною, коли Путін закликав українських військових повалити уряд як передумову для мирних переговорів. Але, тим не менше, під час війни в Грузії світ заккрив очі на ті страшні події і допустив анексію суверенних територій Грузії. Цим самим дозволив росії й надалі проводити такі війни, які супроводжуються вбивствами, суцільною пропагандою та незаконною окупацією територій інших суверенних держав. Тож, цивілізований демократичний світ зараз, здається, розплющив очі. Світ став більш об'єднаним і більш згуртованим у підтримці українців, зміцнюючи [46] Україну та надаючи все необхідне. росія тим часом вже ослаблена та деморалізована. Але війни можна було взагалі уникнути, якби Захід вжив більш рішучих дій набагато раніше.

Дослідження, проведені Datareportal, підтверджують важливу роль Інтернету у розповсюдженні інформації, вказуючи на зростання кількості користувачів Інтернету, мобільного зв'язку та соціальних мереж у світі.

Більшість людей на планеті використовують інформаційно-комунікативні технології, що призводить до змін у сприйнятті реальності та обміні інформацією. Комунікація в мережі «Інтернет», зокрема у соціальних мережах, стає більш важливою. Глобальна пандемія COVID-19 і воєнний стан в Україні роблять віртуальне спілкування нормою. Інформацію тепер отримують через різні месенджери та соціальні мережі, зокрема від Президента через YouTube, Instagram і інші [23].

У дослідженні використовуватимуться дані як з традиційних ЗМІ, так і з соціальних мереж і месенджерів. Зокрема, розглянемо погляди Т. Прапортнюк на вплив діджиталізації на медіа. Її дослідження стверджує, що традиційні ЗМІ втрачають свою важливість на користь творців новин, а соціальні мережі стають головним каналом розміщення новин. Бренд особистості чи організації стає основною платформою для отримання інформації користувачами.

Дослідження вказує на тенденцію відходу від традиційних засобів масової комунікації на користь Інтернету. Однак, враховуючи різницю у сприйнятті інформації, особливо серед різних країн, важливо звертати увагу на популярних творців інформації в Інтернеті.

Споживачі все більше вибирають персоналізовану інформацію, слухаючи коментарі популярних інфлюенсерів. Однак важливо враховувати вікову аудиторію користувачів соціальних мереж та розробляти політику використання цих мереж, особливо в період воєнних дій. Важливе питання - захист від неправдивої інформації, що може впливати на свідомість користувачів, і деякі держави та компанії вже приймають заходи для боротьби з цим.

У своїх соціальних мережах такі світові знаменитості як Леонардо Ді Капріо, Анджеліна Джолі, Sting, гурт Imagine Dragons, Кріштіану Роналду та інші виразили підтримку народу України, піднімаючи імідж країни з невідомої до брендової. Протягом перших двох тижнів повномасштабної війни, Володимир Зеленський став лідером за охопленням в Instagram, обігнавши чисельність користувачів таких світових зірок, як Каньє Вест. Це стало першою війною, в якій медіа отримали таку велику увагу та активну участь у подіях [24].

Світові лідери думок, такі як сім'я Бекхемів і Ілон Маск, використовують свої соціальні мережі для висловлення підтримки Україні. Важливо відзначити, що це призвело до значного збільшення міжнародної підтримки України. Президент Зеленський, отримавши нагороду від Financial Times як Людина Року за 2022 рік, визначив це як найбільшу міжнародну підтримку в історії України.

Віртуальні виступи Зеленського в ООН і перед британським парламентом стали новим типом політичної комунікації, пов'язаною з новими можливостями інформаційного взаємодії. З розвитком соціальних мереж політики можуть створювати новини без участі традиційних ЗМІ, що вимагає аналізу повідомлень визначених політичних та культурних діячів, що впливають на сприйняття України світом.

Підтримка Зеленського та активність у світі призвели до того, що його ім'я стало синонімом визнаної свободи. Однак для зміни міжнародного уявлення про Україну важливо вирішувати проблеми, такі як корупція та нестабільність законодавчої бази. Інформація про відношення до України повинна бути шукана не лише щодо держави, але й щодо урядовців.

Після Революції Гідності в 2014 році, Україна розпочала реформування з метою закріплення себе як частини європейської спільноти. Це вплинуло на

образ країни та зробило її незалежною від росії. Україна стала мостом між росією та НАТО, виявивши свою відмінність від російського впливу.

Починаючи з 24 лютого 2022 року, увага світу сфокусувалася на подіях в Україні, але з часом інтерес може поступово згасати. Тому важливо проаналізувати інформацію, яка присутня в інформаційному просторі, враховуючи теперішні реалії [25].

Багато світових видань, таких як BBC, CNN, The Wall Street Journal, Deutsche Welle, Reuters, Al Jazeera, The Guardian, Financial Times, присвятили Україні значну увагу. Вони порівнювали образ та політику Володимира Зеленського з образом Володимира Путіна, змальованим як образ нового Гітлера. Загалом, Україна розглядається як окрема тема, розгалужена на підтеми, присвячені містам, які найбільше постраждали від війни, таким як Миколаїв та Буча.

Щодо Японії, інформація про Україну довго визначалася в контексті ворожнечі між Японією, Китаєм та росією. Однак з подіями в Україні, Японія виявила підтримку, плануючи надати Україні засоби для розмінування, що свідчить про розширення інтересів країни в контексті світової ситуації.

Японія відкрито висловлює співчуття та надає матеріальну допомогу як зі сторони уряду, так і зі сторони громадськості. Китайські ЗМІ, зокрема «China Daily», приділяють мало уваги Україні, розглядаючи її в основному через призму відносин росії з США. Американські ЗМІ, такі як «The Washington Post», активно висвітлюють реформи в Україні та події в країні загалом.

«The New York Times» є однією з найпопулярніших газет, яка активно транслює новини про Україну. Ця газета втратила свого журналіста, Брента Рено, у ході подій в Україні. Газета «The New Yorker» також активно включає Україну в свою тематику, зображуючи президента Зеленського на обкладинці та висвітлюючи події в країні з художнього погляду.

Загалом, світові ЗМІ зосереджують увагу на подіях в Україні, висвітлюючи різні аспекти конфлікту, політичних рухів та гуманітарної ситуації. Україна стає центром уваги через свої боротьба і стрімке розвиток подій [26].

14 березня 2022 року на обкладинку вийшла картина «Батьківщина» Ани Хуан, яка відтворює образи війни та труднощі надії. Живопис зображує сцену, де жінка обіймає двох дітей, а позаду них стоїть український військовий, що захищає їх. Обкладинка висвітлює події, пов'язані з нападом ворожих ракет на пологовий будинок та дитячу лікарню в Маріуполі.

12 березня 2022 року обкладинка газети «The New Yorker» була присвячена засудженню дій президента росії В. Путіна і мала назву «Сталінізація росії». Видання висловлює свою одноголосну позицію у засудженні режиму Путіна та підтримці України, що сильно впливає на читачів. Газета також акцентує увагу на кількості згадок про Україну та репортажах про біженців з України на сторінках «The New Yorker» та іншого американського інформаційного агентства «AP News».

«Time», американське видання, випустило новий номер, присвячений подіям в Україні. Обкладинка показує маленьку дівчинку та військового, що допомагає жінці з дитиною. Фотографії символізують майбутнє, надію та боротьбу українців. Журнал також оприлюднив рейтинг найвпливовіших людей світу, де президент України В.О. Зеленський та Головнокомандувач ЗСУ В.Ф. Залужний увійшли в категорію «Лідери».

Газета «The Guardian» з Великої Британії регулярно публікує статті, що стосуються відношення британців до реформ в Україні. Аналіз статей з 2015 року свідчить про спрямованість на критику відсутності реформ і реальної декомунізації в Україні. Важливість проведення реформ висвітлюється в статті, яка акцентує на необхідності радикальних змін для викорінення комунізму.

З роками українське суспільство зазнає розвитку в напрямку демократії, свободи та сили. Громадянське суспільство зростає під час війни з росією, проявляючи активність у волонтерстві, службі в ЗСУ та територіальній обороні, а також підтримуючи власну культуру та мову. «The Guardian» фіксує важливі події в Україні та виражає симпатію до української сторони, але варто відзначити, що заголовки деяких статей підкреслюють, що війна в Україні розпочалася відокремлено від подій, що розпочалися в 2014 році [27, с.10-16].

Інші британські ЗМІ, такі як «BBC» та «The Economist», також стежать за подіями в Україні. «The Economist» рідко згадує Україну до 2014 року, але з початком повномасштабної війни увійшов у більш активний обіг. Спочатку статті оцінювали дії президента П. Порошенка негативно, але з часом редакція змінила свою риторику, визнаючи жорстокість окупантів та підтримуючи Україну у її зусиллях завершення війни на сході країни.

ЗМІ Великобританії, зокрема газета «The Guardian», акцентують увагу на припиненні переговорного процесу та наступних виборах президента в Україні [28]. Публікації першого місяця повномасштабної війни включають інформацію про готовність України піти на поступки росії, інтерв'ю з міністром зовнішньої політики Д. Кулебою та руйнування торговельного центру в Києві під назвою «Retroville». ЗМІ Великобританії в цілому висловлюють повну підтримку Україні та засуджують дії росії.

Проте, існують певні інформаційні прогалини, особливо відзначені з 2014 року, що можуть викликати двозначні відчуття серед споживачів, особливо серед мешканців Донецької та Луганської областей. Тенденція отримання інформації з російської сторони також відзначалася в деяких випадках.

У польських ЗМІ, таких як «Newsweek Poland» та «Vogue Polska», підтримка України виражається через обкладинки та матеріали, присвячені воєнним подіям та героїзму президента України. Однак, наявність

інформаційних «вкидів» та деяких проявів ІІСО, зокрема в соціальних мережах, може вплинути на сприйняття публікою.

Німецькі ЗМІ, такі як «Spiegel-online» та «Stern», активно аналізують електронне декларування політиків, звертаючи особливу увагу на П. О. Порошенка. Після початку повномасштабної війни, виділено окрему рубрику щодо подій в Україні, інтерв'ю біженців та інші матеріали [29].

Французьке агентство «AFP» зосереджується на висвітленні подій в Україні, подаючи країну як страждаючу від військових руйнувань та фінансових труднощів, інколи проводячи тренінги для запобігання дезінформації. У цілому, ЗМІ враховують різноманітні аспекти війни в Україні та намагаються передати реалії конфлікту з різних точок зору.

Потрібна інформаційно-роз'яснювальна робота в ЗМІ Франції та переклад українських новин французькою мовою, оскільки росія активно формує образ України через вплив на культуру, історію та інші аспекти. Одним із прикладів є заходи в Парижі, такі як круглий стіл на тему мистецтва росії, що свідчить про значний вплив рф на західні держави.

У турецьких ЗМІ, до повномасштабного вторгнення, Україна в основному сприймалася як аграрна держава, що свідчить про нестачу повної інформації про позитивні аспекти України в турецькому суспільстві. Проте, війна змінила уявлення та дозволила акцентувати на позитивних аспектах України в соціальних мережах.

Турецьке інформаційне агентство «İhlas Haber Ajansı» публікує багато інформації про воєнні події в Україні, зазначаючи країну-агресора та кількість жертв. Однак важливо відзначити, що в соціальних мережах турецькі актори, навіть попри воєнні події, можуть продовжувати користуватися популярністю серед росіян.

Варто взяти до уваги, що українці, відчуваючи наслідки вторгнення, активно підсилюють свою прив'язаність до України в соціальних мережах та

популяризують різні аспекти життя та культури України. Переклад українських новин французькою та іншими мовами може допомогти розширити розуміння іноземних глядачів про ситуацію в Україні.

2.2. Методи формування іміджу України в англомовній європейській пресі після повномасштабного вторгнення РФ в Україну

Інформаційна агресія росії проти України не обмежується лише розповсюдженням фейків; це справжнє викривлення подій на основі вигаданих або перекручених фактів. Ці маніпуляції створюють несприятливий інформаційний клімат, що впливає на свідомість українців [30]. Аналіз російських версій подій в Бучі відображає різні аспекти пропаганди: від винайдених сценаріїв української пропаганди до безпідставних обвинувачень українських націоналістів у знищенні опозиційно налаштованих осіб. Російські пояснення відносно вбивств мирних українців у окупованих містах розглядаються фактчекерами, але вони мають низку протиріччя [30].

Бомбардування Бородянки оголошується як «українська провокація», а на російському телебаченні 8 квітня 2022 року були представлені брехливі повідомлення про ракетний удар по вокзалу в Краматорську, із написом «для дітей Донбасу», де, за ствердженням, всі цілі були зруйновані. Пізніше стало відомо, що під «цілями» були півсотні загиблих і більше сотні поранених мирних мешканців, але окупанти винесли обвинувачення українським військовим у обстрілі вокзалу. Маріуполь, Чернігів, Харків, за твердженням Кремля, також стали об'єктами обстрілу з боку українських військових, як частина стратегії звинувачення «визвольної армії» [31]. Російська пропаганда викликає сильні емоції - від злості і обурення до ненависті і відчаю.

Ця пропаганда атакує саму реальність, намагаючись перевернути наше сприйняття світу. Пітер Померанцев, британський письменник і медіа-

дослідник, у своїй книзі «Нічого правдивого і все можливо» точно визначає мету цієї стратегії, яка ідеально відповідає геополітичним цілям Росії [32, с.352-364]. В реальному житті ми рідко стикаємося з такою масштабною дезінформацією, оскільки більшість людей і організацій, з якими ми взаємодіємо, дотримуються високих стандартів і розуміють, що вони несуть відповідальність за свої слова.

В росії відсутність репутації, відсутність відповідальності, відсутність кордонів та правил. Механізми та ідеологія російської пропаганди детально вивчені та описані в літературі та публіцистиці. Те, що росія висловлює щодо своєї агресії проти України, не є новим - це повторення стратегії уникнення відповідальності, яку росіяни використовували після трагедії зі збитим малайзійським літаком у 2014 році. Російська пропаганда подібно діє як радіація або хімічна зброя - будь-який короткочасний, непрямий контакт може завдати шкоди психіці, самопочуттю та бажанню до життя.

Російська пропаганда щодо катастрофи МН17 надає безліч неправдивих версій, включаючи твердження про те, що літак був збитий українським винищувачем, пілотованим особою на ім'я «Дмитро Якацуд». Варто відзначити, що «Якацуд» є лише випадковою комбінацією букв, яка навіть не нагадує українського прізвища. Важливо розуміти, що російська пропаганда не має логічного змісту, а її наративи суперечать один одному. Наприклад, на початку вторгнення росії в Україну стверджувалося, що була повністю знищена українська авіація. Проте через 6 місяців пропаганда стверджувала, що українські винищувачі атакували Білгород або склади з боєприпасами.

Виробники російської брехні не прагнуть до однорідності; навпаки, чим більше суперечать версії одна одній, тим ефективніше працює їхній продукт. Такий підхід дозволяє зберігати певну дозу невизначеності та створювати хаос в інформаційному просторі [33].

Росія постійно звинувачує Україну в різних подіях і важить на тому, щоб такі обвинувачення виглядали реально. Звинувачення - це звичайна практика для кремлівської верхівки та пропагандистів. Іноді російська брехня не призводить до відповідного ефекту, і звинувачення з'являються раніше, ніж отримують докази [34].

У випадку подій на Донбасі, росія побудувала складну фальшиву структуру під кодовою назвою «Вісім років», щоб змістити відповідальність на Україну за події в цьому регіоні. Заснована на брехливих твердженнях, ця структура має на меті перекладення відповідальності на українців [56].

Практика звинувачень продовжується, іноді навіть до того, як вони отримують підтвердження. Російські громадяни, які постійно переглядають російське телебачення, або аполітичні українці, не зацікавлені у новинах, можуть стати об'єктами впливу цієї пропаганди. Важливо розвивати медійну грамотність і здатність критичного мислення для ефективного протидії російській брехні.

Для тих, хто стикається з поширенням російської пропаганди, крім спростувань, важливо рекомендувати якісні джерела інформації, оскільки нові версії брехні можуть з'явитися з часом [35]. Крім того, слід уникати вдавання в подробиці пропагандистських версій та бути обережними щодо конспірацій. Російська пропаганда використовує цей підхід як ефективний інструмент, створюючи плеяду проросійських телеграм-каналів, які адмініструвались кремлівськими спецслужбами в Придністров'ї. Ці канали намагалися знайти ворога не в Кремлі, а на Банковій [36].

Соціальні медіа, такі як Twitter, Facebook, і TikTok, стали важливими джерелами інформації під час російського вторгнення в Україну. Громадяни України використовують ці платформи, щоб донести світові реальність подій на місці. Проте, серед достовірних повідомлень, поширюються оманливі

новини і дезінформація, спрямовані на дискредитацію чи заподіяння шкоди [37].

Деякі конкретні приклади цього підходу включають створення фальшивої структури під кодовою назвою «Вісім років» для зміщення відповідальності на Україну щодо подій на Донбасі. Також слід відзначити те, що російська пропаганда намагається застосовувати нові тактики дезінформації, які визнаються за їхню ефективність [37].

У відповідь на це, соціальні мережі, такі як Facebook, розробили інструмент для перевірки зв'язків користувачів зі сторінками, пов'язаними з російськими групами. Цей інструмент дозволяє користувачам перевірити, чи слідкують вони за сторінками, які пов'язані із підтримуваними росією групами. Це допомагає користувачам розпізнавати і уникати потенційно оманливої дезінформації [37].

Крім того, щоб залишати коментарі або реєструватися, можна також увійти за допомогою свого облікового запису Instagram. Проте важливо враховувати, що цей інструмент не повідомить вас, якщо ви ділилися вмістом зі сторінок чи бачили його [38].

Зазначено, що російська пропаганда використовує соціальні мережі як ефективний інструмент для поширення дезінформації. У вересні 2022 року компанія Meta, власник соціальних мереж Facebook і Instagram, повідомила про виявлення та відключення російської пропагандистської операції, яка використовувала понад 80 фейкових новинних веб-сайтів та понад 1700 фейкових акаунтів у Facebook для поширення пропаганди [39].

Ця операція була спрямована на аудиторії в Німеччині, Італії, Франції, Великобританії та Україні. Фейкові веб-сайти критикували Україну та українських біженців, підтримували росію і поширювали дезінформацію про заходи проти росії. Ці фейкові матеріали рекламувалися через соціальні мережі та петиційний веб-сайт Change.org, а також доповнювалися обліковими

записами російських посольств в Європі та Азії [40]. Операція була визнана компанією Meta як найбільша та найскладніша російська пропагандистська спроба від початку конфлікту.

Згадана фейкова новина під назвою «Відео: розкрито фальшиву інсценізацію в Бучі!» є ще одним прикладом спроби російської пропаганди розповсюджувати дезінформацію та викривати події в Бучі у фальшивому світлі. Associated Press повідомляє, що стаття твердила про те, що Україна влаштувала розстріл сотень українців в окупованому росіянами передмісті Києва. Проте, численні докази, зібрані правозахисними групами та журналістами, свідчать про жахаючий реальний стан справ.

Навіть президент росії Володимир Путін відхилив ці звинувачення як «фейкові», хоча міжнародні докази та засудження вказують на інше [41]. Це ще один ілюстративний приклад того, як російська пропаганда використовує медіа для розповсюдження фейкових інформаційних повідомлень та зміни громадської думки.

Крім того, вказано, що компанії соціальних мереж, такі як Meta, намагаються боротися з поширенням дезінформації та фейкових теорій змови. У минулому Meta отримувала критику за недостатність заходів проти поширення дезінформації. Наприклад, у 2016 році виявлено, що росія використовувала соціальні мережі для втручання у вибори в США.

Генеральний директор Meta, Марк Цукерберг, визнавав помилки компанії у боротьбі з дезінформацією та іноземним втручанням, обіцяючи внести зміни. Проте, Meta все ще зазнає критики за недостатній контроль над поширенням дезінформації під час подій, таких як вибори 2020 року [42].

Українські журналісти активно працюють над протидією російській пропаганді і створили Проект «BIRN Eyewitness Ukraine». Це свідчить про важливість ініціатив та зусиль, спрямованих на виявлення і спростування дезінформації.

Новий веб-сайт інтерв'ю з українськими журналістами, які діляться своїм особистим досвідом під час російського вторгнення, виглядає як важлива ініціатива. Це не лише засіб збільшити обізнаність про реальність війни в Україні, але й спроба протидіяти пропаганді кремля та донести інформацію через особисті розповіді.

За останні роки важливість медіаграмотності і підвищення обізнаності про проблеми дезінформації і інформаційної війни зростає. Важливо, щоб громадяни розуміли, як розпізнавати дезінформацію та перевіряти достовірність інформації.

Спроби збільшити освідомленість про проблему, визнання важливості інформаційної безпеки та розвиток програм для підвищення медіаграмотності є кроками у правильному напрямку. Дослідження та вивчення проблеми дезінформації та кіберзагроз є необхідними для розвитку ефективних стратегій протидії.

Визнання обмежень інструментів, таких як викриття фактів, свідчить про необхідність комплексного підходу та розуміння, що визначення фактів - це лише початок. Забезпечення медіаграмотності та критичного мислення громадян - важливий елемент будь-якої стратегії протидії дезінформації.

Особливо це правильно, з урахуванням того, що метою прокремлівської дезінформації є «розхитування концепції об'єктивної реальності і навіювання сумнівів в самій можливості журналістської діяльності»; – перекладати статті незалежних російських видань. Так можна продемонструвати, що RT і Sputnik не відображають повну картину представлених в росії думок; – використовувати новітні технології для автоматизації перевірки фактів і ідентифікації підбурювачів («тролів»), що діють в інтернеті; – відстежувати фінансування «антиєвропейської пропаганди» [43].

Російська пропагандистська машина використовує своїх «журналістів» у війні. Спецслужби контролюють кожен випуск новин в росії та режисують

кожен сюжет, який стосується війни. Відтак, вас можуть використати в російській пропаганді, навіть без вашого відома. Більше того, комунікація з пропагандистами може загрожувати вашому життю. Тому хочемо виділити декілька ключових порад, за допомогою яких люди, особливо на окупованих територіях, можуть протистояти пропаганді ворога та прискорити нашу перемогу:

- в жодному разі не давайте коментарі російським журналістам, які намагаються витягнути інформацію з мирного населення для майбутніх пропагандистських роликів вже з перекрученими фактами;
- відпишіться від усіх російських друкованих видань, соцмереж, телеграмканалів та соціальних сторінок російських журналістів;
- фільтруйте інформацію, яку споживаєте;
- за можливості повідомляйте українським Збройним силам про помічених пропагандистів, чим вони цікавилися, яке медіа представляють звідки і куди прямують [44].

На сьогоднішній день російські пропагандистські сили заповнили окрім своєї країни й інший цивілізований світ. Тому країни, міжнародні організації вимушені були виділяти величезні кошти на протидію російській пропаганді та задля підтримки міжнародної безпеки. І робили вони це ще за декілька років до повномасштабного вторгнення росії в Україну [61]. Зазначається, що з 2019 року Європейський Союз виділяє більше коштів і більше кадрів на боротьбу з російською пропагандою. 2018 року з цією метою було виділено 1 млн євро, наступного року – 5 млн євро.

Група, що бореться з російською дезінформацією, раніше налічувала кількох людей, 2019 року її штат збільшиться до 50 осіб. Також ЄС заявив, що боротьба з дезінформацією та пропагандою в співпраці ЄС із світовими технологічними велетнями, на кшталт мереж «Фейсбук», «Гугл» чи «Твіттер», повинна здійснюватися масштабніше та потужніше. На наявність цілої низки

слабких сторін у цій сфері за кілька місяців до вирішальних європейських виборів вказує Єврокомісія. Більше того, ще у 2015 році Європейський Союз склав план протидії російській пропаганді, який діє досі [45].

Згідно з документом, ЄС протистоятиме «позитивною» інформацією, підтримкою ЗМІ та підвищенням популярності Євросоюзу на пострадянському просторі. Окрім того передбачено викриття дезінформації, яка надходить з-за кордону. Для координації роботи створили нову службу – «StratComTeam», яка має надавати підтримку делегаціям ЄС в країнах Східної та Центральної Європи. Сайт «EUvsDisinfo.eu» є інформаційним продуктом служби «EastStratComTaskForce», де може оприлюднюватися інформація про всі виявлені приклади дезінформаційних атак росії.

Використання та зловживання засобами масової інформації зіграло важливу роль у кардинальних політичних, економічних і пов'язаних з безпекою подій у країнах на східному кордоні ЄС. Також передбачається розвиток спеціалізованих комунікаційних засобів за пріоритетними напрямками, які будуть в розпорядженні політичного керівництва ЄС [46]. Інформацію поширюватимуть російською та іншими місцевими мовами, щоб громадяни могли легко зрозуміти, що політичні та економічні реформи, які пропонує ЄС, з часом позитивно вплинуть на їхнє повсякденне життя. Окрім міжнародних сайтів, існують й українські, які спеціалізуються на боротьбі з пропагандою, особливо російською.

Серед них:

- AtlanticCouncil по боротьбі з дезінформаційними атаками росії;
- польський сайт OKO.press по боротьбі з дезінформаційними атаками;
- сайт «Могилянської школи журналістики» НаУКМА по боротьбі з дезінформаційними атаками Росії – StopFake [45].

На сьогоднішній день Україна успішно протистоїть впливу російської дезінформації. За висловами Секретаря РНБО України Олексія Данілова, Росія

використовує тактику нацистської Німеччини, поширюючи по всьому світу «неправду, неправду і ще раз неправду», витрачаючи мільярди доларів на інформаційну війну. За його словами, Україна досягла перемоги на інформаційному фронті, який має таке ж важливе значення, як і поле бою. Представник з громадських зв'язків Посольства США в Україні Роберт Пост підкреслив, що росія використовує брехню як «основний інструмент» масштабної пропаганди. Країни G7, зокрема США, разом з українською владою активно протистоять російській пропаганді та дезінформації.

Керівник групи проєктів з демократичного управління ПРООН в Україні Олена Урсу вказала, що росія поширює «шкідливі гендерні стереотипи» стосовно українок з дітьми, які виїхали за кордон. Вона також наголосила на розвитку медіа-грамотності населення та навчанні суспільства інформаційній гігієні. Однак важливо критично ставитися до інформації та перевіряти її перед тим, як їй довіритися. Слід визначити джерело походження, уникаючи «свідків» або анонімних «чиновників», і не поспішати вірити сенсаційній інформації, ретельно перевіряючи її достовірність. Фронт протидії пропаганді та виявленню дезінформації діє не лише в Україні, але й у всьому світі, де міжнародні організації витрачають великі кошти на підтримку медіа-грамотності та розробку нових технологій для протистояння російській пропаганді. Україна, хоча й стикається з агресією сусіда-терориста, ефективно тримає оборону не лише на полі бою, а й в інформаційному середовищі.

Дослідження міжнародних рейтингів дозволяє прослідкувати тенденції у сприйнятті держави та робити висновки щодо відношення до неї у світі. Політики все більше звертають увагу на покращення державного образу для забезпечення поваги до своєї нації, що призводить до інституціоналізації управління іміджем та спілкуванням у різних країнах.

Іміджеві рейтинги, такі як Індекс національного бренду, Індекс м'якої сили та Рейтинг самих впливових національних брендів, стали важливими для

оцінки держави з позицій м'якого впливу, бренду та репутації. Індекс національного бренду, створений С. Анхольтом, оцінює національний бренд кожної країни на основі м'якої сили, економічних, культурних та людських показників. Україна в цьому індексі демонструє позитивне зростання, посідаючи 47 місце у 2022 році [46].

Індекс м'якої сили від Brand Finance також свідчить про покращення для України, яка зайняла 37 місце у 2023 році. Цей індекс враховує вплив держави на світові справи та сприйняття її м'якого впливу. Перші місця в цьому рейтингу займають Німеччина, Японія, Велика Британія та інші.

Покращення в м'якій силі України в 2023 році також було відзначено зауваженням Міністра Зовнішніх Справ України, Д. Кулеби, щодо величезного впливу позиції першої леді О. Зеленської. Це свідчить про те, що політичні та культурні фігури грають важливу роль у формуванні іміджу країни. Ці рейтинги не лише створюють умови для ведення політики, але і впливають на інвестиційні рішення та загальне сприйняття держави світом.

Особливу увагу у даному дослідженні приділяється аналізу Рейтингу національних брендів (Nation Brands 121), в якому Україна у 2023 році зайняла 63-є місце. Це місце розташувало її між Болгарією та Кенією, свідчаючи про зниження показників порівняно з попереднім роком [44]. Важливість брендів для кожної країни полягає в їхньому впливі на економіку. Такі світові бренди, як Tesla, Apple, Amazon, Google, Microsoft, Walmart, Samsung, TikTok, Facebook, Visa, MasterCard, BMW, Martini, приносять значні доходи країнам. Згідно з точкою зору автора, успіх економічного розвитку США пов'язаний зі створенням потужних світових брендів, ефективною комунікацією та маркетингом.

Значний вплив на формування брендів визначається законодавчою базою та бізнес-кліматом. Таким чином, для підвищення цінності бренду країни необхідно створювати потужні економічні бренди - якісні, унікальні,

популярні та сучасні. Ще однією аспектною областю аналізу є цифрові індекси, такі як Індекс електронного уряду, Рейтинг інновацій, Рейтинг мережевої готовності, Індекс цифрової економіки та суспільства.

Міжнародний союз електрозв'язку, як орган ООН, вимірює успіхи країн в інтернет-середовищі через різноманітні рейтинги, сприяючи підвищенню інформаційно-технологічного рівня та зміцненню демократії у світі. Індекс цифрової економіки та суспільства враховує доступ до Інтернету, рівень цифрових навичок населення та користування Інтернетом в щоденному житті. Україна, хоча не включена до цього рейтингу, отримала рекомендації для поліпшення своїх показників та вступу в інфраструктуру DESI.

Експерти з Фінляндії та Естонії надали консультації щодо законодавчої та інституційної бази, включаючи координацію між державними органами, та поділилися своїм досвідом у впровадженні індексу. Юридично прийнято Концепцію та План дій з розвитку цифрової економіки та суспільства України, але потрібна більш сучасна цифрова стратегія, узгоджена з останніми стратегіями ЄС [45].

Рейтинг інновацій (Global Innovation Index) порівнює можливості та успіхи у інноваціях 132 держав. Заснований у 2007 році, він враховує політичну ситуацію, рівень освіти та інфраструктури, а також такі показники, як легкість сплати податків, отримання кредиту, захист міноритарних інвесторів та виробництво електроенергії. У 2022 році лідирують Швейцарія, Швеція, США, Великобританія, Південна Корея, Нідерланди, Фінляндія, Сінгапур, Данія та Німеччина. Україна в 2021 році зайняла 49-е місце серед країн з доходами «нижче середнього», між В'єтнамом та Індією, а в 2022 році впала на 57-е місце між Молдовою та Мексикою.

Загалом, цей розділ розглядає також питання розвитку цифрової економіки та суспільства в Україні. Міжнародний союз електрозв'язку надає рекомендації та вимірює прогрес країн у сфері інтернет-середовища. В усій цій

контексті Україна отримала консультації від експертів з Фінляндії та Естонії з питань законодавчої та інституційної бази, що має визначальне значення для розвитку цифрової сфери.

Рейтинг інновацій, який порівнює 132 держави за їхнім інноваційним потенціалом, виокремлює Україну на 49-му місці у 2021 році та на 57-му місці у 2022 році. Цей рейтинг враховує різні аспекти, включаючи політичну ситуацію, рівень освіти та інфраструктуру, а також елементи, такі як легкість сплати податків, отримання кредиту та захист інвесторів.

Отже, загальний висновок полягає в тому, що Україна стикається з викликами у розвитку свого національного бренду, цифрової економіки та інновацій. Заходи, вжиті у цих напрямках, вимагають сучасної стратегії та узгодженості з міжнародними стандартами для досягнення більш високого ступеня успіху в цих сферах.

У сфері знань та технологічних винаходів, Україна займає 36-е місце, наближаючи її до лідерів у Рейтингу інновацій та конкурентоспроможності бізнесу та людського капіталу. Дослідження підкреслює також сильні сторони України у сфері досліджень. Проте, розвиток ринку та інститутів вказують на необхідність подальших зусиль [46].

Ще однією проблемою, що впливає на позиції України, є аспект вироблення електроенергії, особливо після обстрілів електромереж та окупації, які спричинили проблеми з енергетичною інфраструктурою. У 2021 році Україна продемонструвала найкращі показники в технологічних винаходах, включаючи значний експорт ІКТ послуг.

За рівнем людського капіталу та досліджень Україна займала 44-е місце. Державне фінансування освіти, разом із співвідношенням учнів-вчителів, виявилось на високому рівні. Крім того, в Україні відзначається креативність винаходів, розташовуючись на 10-му місці за походженням торгових марок

[44]. Однак, з огляду на сучасну безпекову ситуацію, виникають певні проблеми у системі освіти.

Щодо рейтингу мережевої готовності (Network Readiness Index), Україна посідає 53-є місце в 2021 році та 50-є місце в 2022 році. Цей рейтинг враховує рівень технологій, людського капіталу, готовності до мережевої економіки та управління. Високі показники спостерігаються серед країн з доходами нижче середнього [45]. Це свідчить про певний прогрес України у використанні цифрових технологій, але деякі країни з більш високим рівнем доходу все ще випереджають за цим показником, що свідчить про важливість інвестицій у цифрові технології та регулювання.

Отже, рейтинг цифрової готовності вказує на успішну діджиталізацію України. Країна показує сильні результати у народному вимірі, особливо в імплементації цифрових технологій окремими особами. Важливо відзначити, що економіка виграє від високих показників грамотності дорослого населення та охоплення вищою освітою. Урядовий сектор також покращив свої показники, враховуючи збільшення довіри, публікацію та використання відкритих даних і державні інвестиції в розвиваючі технології.

Щодо Індексу електронного уряду, важливим є те, що Україна входить до групи країн із дуже високим рівнем розвитку людського капіталу. Це свідчить про успішний розвиток системи освіти та підготовки кадрів для цифрової сфери. Україна визначається активною участю громадян у підписанні та створенні електронних петицій, а також користуванням сучасними електронними сервісами, такими як «Дія».

Індекс електронної участі доповнює Індекс розвитку електронного уряду, вказуючи на активність громадян у використанні цифрових інструментів для взаємодії з урядом. У цілому, Україна продемонструвала значний прогрес у цифровій трансформації, підвищуючи свої позиції у відповідних рейтингах.

Рейтинги, що були описані, вказують на різні аспекти функціонування України, включаючи цифрову готовність та військову потужність.

Україна продемонструвала значний прогрес у цифровій трансформації, отримавши високі місця в рейтингах, що вимірюють рівень комунікації державних службовців з громадянами, спрощення отримання інформації та залученості громадян у прийнятті рішень щодо політики держави.

Рейтинг військової міці (Global Firepower):

Україна займає 22 місце серед 140 держав у рейтингу військової міці. Важливо відзначити, що країна здобула визнання за розвиток своєї наземної армії, але має виклики у військово-морському флоті.

Починаючи з 2010 року, Україна покращувала свої військові потужності, досягаючи найвищого показника у 2011 році (20 місце). З 2016 року по 2021 рік Україна втратила певні позиції, але в 2023 році знову зайняла 15 місце.

Ці рейтинги свідчать про багатогранний прогрес України в різних сферах, включаючи цифрові технології та оборонні можливості. Важливо враховувати, що такі рейтинги є об'єктивними мірниками, але не охоплюють всіх аспектів життя країни.

У формуванні аналізу враховують також індикатори, пов'язані з економічною та військовою допомогою, яку Україна отримує від західних країн та США. Однак, ключовою проблемою на шляху до європейської інтеграції залишається побороти корупцію. Особливу увагу привертає Індекс сприйняття корупції, розроблений Transparency International у 1995 році. За останній рік 23% громадян були втягнуті у корупційні справи для отримання публічних послуг. На жаль, в цьому рейтингу Україна знаходиться між Габоном та Свaziлендом.

Дослідники вказують на те, що корупцію спричиняють, зокрема, обмеження громадянських і політичних прав людини, особливо в країнах Близького Сходу та Північної Африки. Рейтинг крихких держав підкреслює

цілу низку проблем, включаючи економічний спад, розкол еліти, та масове невдоволення. У цьому контексті, Україна, згідно з Рейтингом, посідає 18 місце від кінця.

Варто відзначити, що в світлі пандемії політична відповідальність і громадянська єдність призвели до певних позитивних результатів, навіть у контексті нафтової кризи та економічних втрат. Наприклад, Гамбія, яка зазнала поліпшення від 2018 року, стала прикладом успішного розвитку [45].

Навпроти, в США після великих протестів та спроб делегітимізації виборчого процесу, бал у Рейтингу Крихких Держав зменшився найбільше серед усіх країн. Україна, яка раніше демонструвала позитивну динаміку, на жаль, за 2023 рік відзначилася погіршенням показників, займаючи 18 місце з кінця серед 179 країн.

Війна, безумовно, стала основним фактором, що вплинув на погіршення рівня України в різних міжнародних рейтингах. Особливо відчутними наслідками цього конфлікту є біженці та загострення економічної ситуації у країні. У Міжнародному індексі свободи преси, проведеному організацією «Репортери без кордонів», відзначено, що Україна втратила 1 позицію порівняно з попереднім роком, і це пов'язано з факторами війни, які впливають на різні сфери життя країни.

Щодо іншого рейтингу, а саме Міжнародного індексу процвітання, Україна зафіксувала позитивний тренд, отримавши 74 місце серед 167 країн. Це свідчить про певне поліпшення в різних аспектах життя в країні. Проте, найнижчі показники були в області безпеки та навколишнього середовища.

Інші рейтинги, такі як Міжнародний індекс свободи преси та Індекс Верховенства права, також відзначили Україну. Зокрема, позитивним моментом є збереження суспільного мовлення «Суспільне», але водночас війна впливає на економічні та безпекові аспекти, що відображається в рейтингах.

У Міжнародному індексі свободи преси Україна за останні роки показала певне поліпшення, займаючи 79 місце. Однак важливо враховувати, що відсутність військового конфлікту та інших негативних факторів є ключовими у визначенні позитивних тенденцій в різних рейтингах [46].

Таким чином, незважаючи на виклики та труднощі, Україна продовжує вдосконалювати свої показники у різних міжнародних рейтингах, але вплив війни лишається значущим фактором в її оцінці.

Рейтинг, який враховує різноманітні аспекти життя в країні, стає важливим інструментом для визначення її рівня розвитку. Зокрема, Індекс людського розвитку, розроблений програмою розвитку ООН, враховує 44 фактори, такі як відсутність корупції, відкритий уряд, порядок та безпека, правосуддя та інші. За цим індексом Україна показує високий рівень розвитку, що відображається в її позиції на 77 місці серед усіх держав.

Також важливо враховувати інші аспекти, такі як екологічна ефективність, яку визначає Організація економічної співдружності та розвитку та інші рейтинги, наприклад, Environmental Performance Index та World Happiness Index. Україна продемонструвала позитивні тенденції у збереженні навколишнього середовища та зростанні рівня щастя населення.

Важливо також відзначити досягнення української культури та бізнесу на міжнародних аренах, зокрема у рекламній індустрії. Проекти, які отримують визнання на міжнародних подіумах, не лише підвищують престиж України, але й допомагають створювати позитивний імідж країни, асоціюючи її з креативністю та інноваціями.

Незважаючи на ці позитивні аспекти, важливо пам'ятати про внутрішні проблеми, такі як вплив війни та економічні виклики. Проте, взаємодія правлячої еліти та активності населення в напрямку діджиталізації та міжнародної співпраці допомагають Україні досягати позитивних результатів у світових рейтингах.

Висновки до розділу 2

Отже, внаслідок воєнного конфлікту, рейтинги України за 2022-2023 рік зазнали змін, і в деяких випадках оцінка країни стала неможливою на даний момент. Тим не менше спостерігаються певні позитивні тенденції в розвитку інформаційно-комунікаційних технологій, у розвитку людського капіталу та у покращенні загальних показників іміджу країни протягом останніх років.

Негативні оцінки і тенденції включають Рейтинг Крихких держав і Рейтинг Щасливих країн. Щодо інформаційної складової, Україна привертає увагу всього світу, зокрема з боку США та країн Західної Європи. Негативні новини підсилили увагу до досягнень України, представляючи її як центр «волі» та «демократії».

Міжнародна підтримка українців по всьому світу ґрунтується на почуттях несправедливості до вільного та щиросердного народу. Загалом, Україна і росія ведуть війну не лише на полі бою, але й у сфері інформаційної взаємодії. Протягом існування Міністерства цифрової трансформації було створено багато можливостей, і під час конфлікту Україна продемонструвала свою високу ступінь цифрової розвиненості.

Соціальні мережі, такі як Twitter, Tik Tok, Facebook, Instagram, стали новим полем битви за можливості впливати і змінювати хід війни. Це виявляється у нових формах дипломатії - цифровій, твіттер-дипломатії та інших. Комунікація президента України в дипломатичному просторі вказує на сучасний і цифровий характер нашої держави.

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ІНФОРМАЦІЙНО-ПРОПАГАНДИСТСЬКИХ ТЕХНІК ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ УКРАЇНИ В АНГЛОМОВНІЙ ЄВРОПЕЙСЬКІЙ ПРЕСІ ПІСЛЯ ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ РФ В УКРАЇНУ

Розділ 3 «Перспективи інформаційно-пропагандистських технік формування іміджу України в англomовній європейській пресі після повномасштабного вторгнення РФ в Україну» досліджує можливі напрями впливу на імідж України в англomовному інформаційному просторі, спрямовані на збереження та підвищення позитивного ставлення до країни після подій повномасштабного вторгнення Росії. Автор аналізує інформаційно-пропагандистські стратегії та їхні можливі взаємодії з англomовними ЗМІ з метою покращення міжнародного іміджу України під час кризового періоду.

3.1. Перспективи інформаційно-пропагандистської техніки формування іміджу України в англomовній європейській пресі після повномасштабного вторгнення рф в Україну

У попередніх розділах вказано, що початок агресії у 2014 році відзначився початком нової фази інформаційної війни, охопивши різні цільові аудиторії та країни. Це стало критичним для національної безпеки та породило необхідність протистояння російській пропаганді та розробки відповідних заходів [2]. Боротьба з пропагандою стає ключовою складовою як зовнішньої, так і внутрішньої політики України.

Відповідно до Конституції України, кожен громадянин має право на вільне збирання, зберігання, використання та поширення інформації у будь-якій формі. Однак ці права можуть бути обмежені законом в інтересах

національної безпеки, територіальної цілісності, громадського порядку, охорони здоров'я, захисту прав інших осіб, уникнення розголошення конфіденційної інформації чи забезпечення авторитету правосуддя. Міжнародні стандарти також забороняють військову агресивну пропаганду [3, с. 23-27], тому в Україні пропаганда війни є неприпустимою.

Контрпропаганда виступає ефективним інструментом у протидії пропаганді, впливаючи на свідомість суспільства. Вона представляє собою форму комунікації, спрямовану на протидію пропаганді та зміну поглядів цільової аудиторії. За словами Гордійчука Д., контрпропаганда використовується для розкриття брехливості пропаганди та навчання аудиторії діяти протилежно маніпуляціям [4].

Грицай І.О. розглядає контрпропаганду як складову пропагандистської діяльності, спрямовану на нейтралізацію та викриття пропаганди. Він вказує на важливість компенсації для анулювання негативних повідомлень ворога та підкреслює, що обмеження тільки до реакції на конкурентні дії є неефективним для розуміння явища [5].

Контрпропаганда, подібно до пропаганди, виступає як інструмент в інформаційних війнах, де сторони протистоять одна одній. Вона виникає через конфлікт інтересів і спрямована на свідоме впливання на супротивника (народ, колектив або окрему особу) з метою придушення його когнітивної активності та/або підпорядкування, використовуючи заходи інформаційно-психологічного захисту від цього впливу. Основні принципи контрпропаганди – це наступальність і послідовність [6, с. 92-100].

Контрпропаганда включає різні методи, які забезпечують ефективний опір маніпуляціям та можуть впливати на цільову аудиторію. Декілька з них описані нижче. Перший метод – це дослідження та аналіз, який передбачає усвідомлення різноманітних аспектів пропаганди, таких як цільова аудиторія, сутність повідомлень та їх мета. Експертний аналіз допомагає обробити

нарлативи ворожої пропаганди та розробити ефективний план контрпропаганди [6, с. 92-100].

Другий метод – розкриття справжнього походження пропаганди. Джерела пропаганди класифікуються як біла (відкрита), сіра (не розкриває джерело) та чорна (невірне джерело). Розкриття справжнього джерела є важливим для виявлення неправдивих нарлативів та протистояння маніпуляціям [6, с. 92-100].

Третій метод – поширення викритої пропаганди. Ефективність пропаганди залежить від її адаптації до конкретної аудиторії.

Коли контрпропаганда розкриває пропаганду, спрямовану на конкретну аудиторію, і викриває її у широкому медіапросторі, справжні наміри пропагандистів стають очевидними для більшості суспільства. Це знижує ефективність пропаганди серед різних сегментів аудиторії та протидіє їй [6, с. 92-100].

Четвертий метод контрпропаганди – виявлення помилок міркування. Пропагандисти використовують когнітивні упередження для формування повідомлень, які впливають на цільову аудиторію. Коли контрпропаганда розкриває помилки у судженнях цільової аудиторії та пояснює їх фактично, пропаганда втрачає силу та «імідж». Однак ефективність цього методу стосовно зміни світогляду суспільства становить об'єкт дискусій. Деякі дослідники, такі як Грузина І. А., стверджують, що інформація швидко застаріває, зменшуючи інтерес аудиторії до теми та роблячи виявлення помилок менш ефективним [6, с. 92-100].

У цілому, методика контрпропаганди передбачає систематичне викривання мотивів та технології обману для того, щоб суспільство з часом могло самостійно виявляти інформаційні провокації [7]. Контрпропаганда виконує дві основні функції – попередження та виявлення. Попереджувальна функція спрямована на формування чітких ідейних позицій у свідомості

людей та стійкості в протистоянні ідеологічним впливам. Виявлення відповідає за розвінчування ідей, стереотипів та штампів пропагандистів, а також за окреслення інформаційних каналів їх поширення [7]. Україна активно використовує контрпропаганду для протидії дезінформації з боку РФ.

У стратегії інформаційної безпеки України від 15 жовтня 2021 року визначено, що головною стратегічною метою є протидія дезінформації та інформаційним операціям, насамперед з боку держави-агресора. Це спрямовано на захист незалежності, конституційного ладу, суверенітету та територіальної цілісності України, а також на протидію пропаганді війни, насильства, жорстокості, розпалюванню міжнаціональної, міжетнічної, расової, релігійної ворожнечі та ненависті, а також на запобігання терористичним актам та порушенням прав і свобод людини [7].

Враховуючи важливість міжнародної підтримки, Україна в період війни з лютого 2022 року отримує значний обсяг допомоги від різних країн і міжнародних організацій. Ця підтримка має стратегічне значення для України як у контексті проведення самої війни, так і для її майбутніх міжнародних відносин.

Однак, висловлюється критика щодо неефективності дій міжнародних організацій, зокрема ООН та ОБСЄ, в реагуванні на російсько-українську війну 2014–2022 років. Науковець Долотова Д. вказує на необхідність глибокого реформування та оновлення миротворчої діяльності цих організацій з урахуванням нових глобальних викликів та загроз [8].

Враховуючи тривалість конфлікту та його вплив на діяльність міжнародних організацій, виникає необхідність активного впровадження змін у миротворчий механізм для ефективного реагування на зміни у світі.

У контексті реагування на нові загрози та виклики, які виникають перед міжнародною спільнотою, реформування міжнародних організацій стає нагальною потребою. Принцип добровільності дій країн-членів та намагання

досягти консенсусу може бути підсилений шляхом удосконалення механізмів санкцій, розширення миротворчих мандатів, покращення моніторингу та звітності, а також залучення додаткових ресурсів і експертного знання.

Крім того, важливо підкреслити необхідність посилення співробітництва міжнародних організацій, регіональних блоків та країн-учасниць для ефективного врегулювання конфліктів та запобігання їх подальшому поширенню. Це може включати обмін інформацією, взаємопідтримку в миротворчих операціях, спільну реакцію на порушення міжнародного права та санкційні заходи.

Превентивні заходи, такі як дипломатія, медіація та розвиток діалогу між країнами, мають активніше розвиватися та підтримуватись на всіх рівнях. Це допомагає уникнути конфліктів та сприяє будівництву мирного та стабільного світу.

Щодо реформування, важливо враховувати потреби сучасного світу та забезпечувати гнучкість у відповіді на нові виклики. Важливо включати механізми, які дозволяють ефективно реагувати на зміни у глобальному оточенні. Захист прав та свобод людини, міжнародного права та норм є важливою складовою реформ, спрямованих на зміцнення дії міжнародних організацій.

Європарламент настоює на тому, що в умовах, що склалися, треба негайно припинити імпорт нафти та газу з росії до Європейського Союзу. Одночасно рекомендується виключити росію з платіжної системи SWIFT, а також заморозити активи олігархів, пов'язаних з російською владою, та їхніх родин в ЄС, а також анулювати їхні візи (відповідно до резолюції Європарламенту, 2021). За висновками видання «Українська правда», санкції мали призвести до знищення російської економіки, але виявилися неефективними.

Глобальні ціни на нафту, внутрішні резерви та партнерство з рядом азійських країн врятували режим Путіна від фінансового краху у 2022 році. Голодні протести в росії більше не є ймовірні, але економічні труднощі окупантів тільки починаються (за «Всерйоз ще нічого», 2023). У свою чергу, Україна прагне до європейських цінностей, моралі та демократії. Нагадаємо, що визначною подією під час війни стала подача заявки на вступ до Європейського Союзу 28 лютого 2022 року. Однак лише 17 червня 2022 року Україна отримала статус кандидата в ЄС. Процес вступу виявився складним, і для завершення йому необхідно виконати ряд умов [9].

Труднощі включають тривалий процес інтеграції, стан реформ, геополітичну ситуацію та внутрішні фактори. Україна повинна пройти через ряд реформ, щоб відповідати стандартам ЄС. Прогрес вже досягнуто в таких областях, як боротьба з корупцією, правова система та децентралізація, але є питання, що вимагають уваги. Геополітична ситуація, включаючи конфлікт на сході України та анексію Криму, також впливає на процес євроінтеграції. Додатково, внутрішні фактори, такі як різні погляди на шлях розвитку країни, впливають на темпи європейської інтеграції.

Важно відзначити, що Україна, хоч і не є членом Європейського Союзу, висловлює свою підтримку Угоді про асоціацію з ЄС. Цей документ передбачає глибоку та всеосяжну інтеграцію України з ЄС в різних сферах, включаючи торгівлю, економіку, права людини, юстицію та інші. Таким чином, Асоціативна угода становить важливий крок на шляху України до європейської інтеграції, сприяючи зближенню стандартів та норм ЄС з українськими.

У 2017 році Україна отримала безвізовий режим з ЄС, спрощуючи переміщення громадян між країнами та сприяючи поглибленню культурного обміну. На сьогоднішній день дипломатія залишається ключовою формою

зовнішньої політики, визначаючи спрямування країни для досягнення поставлених цілей та завдань.

Важливим аспектом зовнішньополітичної діяльності є роль президента України Володимира Зеленського. Навіть під час війни, з початку своєї каденції з 24 лютого 2022 року, він підтримує активну зовнішньополітичну діяльність та розвиває дипломатичні відносини з лідерами інших країн. На міжнародних форумах та самітах він сприяє розширенню торговельних, економічних та культурних зв'язків, а також спільній реалізації проєктів та ініціатив.

Одним із визнань успіху Зеленського було те, що його визнали «Людиною року-2022» за версією журналу «Time». Це свідчить про позитивний вплив його діяльності на розвиток взаєморозуміння, обговорення спільних питань та відносин з міжнародними партнерами. Володимир Зеленський активно спілкується зі світовими лідерами та пропагує позиції України на міжнародній арені, що сприяє розширенню впливу та підтримки для країни [10].

Розглядаючи міжнародний конфлікт, зауважуємо, що він вийшов за межі української кризи, перетворившись на міжнародну драму відносин між Росією та Заходом. Перший етап цієї міжнародної кризи – дипломатична війна з розривом дипломатичних зв'язків – веде до фази військово-політичної, де Збройні Сили використовуються в прямій або непрямій формі. Інші дослідники, такі як Дубас О. П., розглядають роль дипломатії в умовах воєнного стану, визначаючи її як вирішальний інструмент до і після конфлікту [9].

Актуальність сучасної дипломатії очевидна, а її розвиток виступає ключовим фактором для національної безпеки. Дипломатія XXI століття має важливе завдання – запобігати конфліктам, готуватися до них або ефективно вирішувати наслідки. Однак успішність цієї діяльності залежить від

фінансування, кваліфікації та мотивації працівників, а також чітких цілей, визначених національними лідерами та підтриманих сильною військовою силою.

Важливий момент полягає в тому, що повномасштабна війна в Україні зміцнила громадянську позицію та об'єднала народ. Українське суспільство активно взяло участь у волонтерських рухах, благодійності та інших ініціативах. Медіа, Збройні Сили та ІТ-компанії також використовують свої ресурси для підтримки України. Варто відзначити появу культури благодійності та швидкість мобілізації громадян. Були створені фонди та платформи для збору коштів, що стали важливим інструментом допомоги армії та постраждалим. Спільна підтримка виявилася настільки сильною, що стали поширюватися жарти про здатність українців назбирати кошти не лише на військову техніку, а й на космічний корабель. Багато організацій та волонтерів активно залучають громадян до волонтерства та координації допомоги.

Таким чином, війна сприяла об'єднанню українців та створенню сильної громадянської позиції, що виявилось в різноманітних ініціативах та акціях на підтримку країни.

Велика кількість благодійних організацій, активістів та ІТ-спеціалістів долучилися до підтримки України в умовах війни. Декілька організацій, таких як «Повернись живим», «Благодійний фонд Притули», «Razom for Ukraine», «United 24», «KSE Foundation», «Армія SOS», «Зграя», «Український католицький університет (УКУ)», «Корпорація монстрів», займаються благодійною та волонтерською діяльністю для надання підтримки армії та постраждалим [11].

Український кіберфронт також відіграє важливу роль у відстоюванні країни. ІТ-спеціалісти активно займаються створенням волонтерських сайтів, чат-ботів та застосунків, які допомагають в умовах війни. Кібердіяльність

супроводжують DDOS-атаки, підри́в інфраструктурних об'єктів та баз даних, спрямовані на дезорієнтацію противника та виведення з ладу його логістичних центрів та мереж.

У сфері медіа українські журналісти, оператори та провайдери ведуть інформаційний спротив у надскладних умовах. Війна завдала суттєвих втрат, але медійники активно працюють для забезпечення населення телевізійними, радіопрограмами, інтернетом та зв'язком.

Збройні Сили України відіграють героїчну роль у захисті країни. Під час вторгнення Росії вони отримали високий рівень довіри від українського населення. За опитуванням, 91% громадян високо підтримують ЗСУ, які беруть участь у захисті України. В цілому, в умовах воєнного конфлікту в Україні відбувається мобілізація різних секторів суспільства для забезпечення підтримки військовим, постраждалим та збереження національного опору.

Щодо статистики, згідно з даними, опублікованими на офіційному веб-сайті Міністерства оборони України минулого року у лютому, кількість осіб у Збройних Силах України (ЗСУ) складала 246455 [12]. Станом на вересень 2023 року, за словами тодішнього міністра оборони Олексія Резнікова, кількість осіб у ЗСУ зросла до приблизно 700 тисяч, а загальна кількість працівників у секторі безпеки та оборони становить до мільйона українців [12]. Цікавим проектом став ініціативний проєкт МЗС України під назвою «Портрет українського спротиву» на офіційному сайті України, який включає понад 100 історій героїв ЗСУ, що захищають цілісність України [12]. Крім того, на офіційному YouTube-каналі «Ukraine.ua» доступне відео під назвою «100 stories of brave Ukrainians» [94] англійською мовою, спрямоване на міжнародну аудиторію для надання достовірної інформації та формування образу України.

Іншою цікавою ініціативою є ідея «Укрпошти» щодо випуску великої кількості сучасних марок, які відображають воєнну дійсність. Ці марки

включають воєнні слогани та малюнки, що висвітлюють подвиги ЗСУ [12]. Культурна дипломатія, представлена різними формами культури, набула нового значення у поясненні та розумінні України та війни в ній. Це стало ефективним засобом вирішення завдання розповсюдження правдивої інформації про Україну та її культуру, навіть при несприятливих умовах суспільно-політичного контексту.

З лютого 2022 року відбулось чимало культурних та мистецьких заходів поза межами України. Це охоплює різні рівні та формати подій, такі як виставки, концерти, лекції, дискусії та інші проєкти. Серед таких ініціатив - підкаст «Explaining Ukraine» [12], цикл «Діалоги про війну» від PEN Ukraine [12], та курс «The Making of Modern Ukraine» Тімоті Снайдера, доступний на YouTube-каналі Yale Courses [12].

Також існують індивідуальні ініціативи українських митців за кордоном, участь українських літераторів на міжнародних заходах, благодійні концерти та тури українських музикантів на міжнародних фестивалях. Наприклад, проєкт «Printemps Ukrainien / Українська Весна» у Франції, який включає лекції, дискусії, кінопокази та виставки сучасного українського мистецтва [12].

Особлива частина це регулярні зустрічі представників культурної сфери України та Франції за різними напрямками, такими як музейна справа, пам'ятко-охоронна сфера, кураторство сучасного мистецтва, журналістика, освіта у галузі культури та книжкова сфера. Ініціатива Planeta Ukraine на Triennale Milano також є значущою. Цього року Україна виступає ключовим учасником Triennale Milano – міжнародної виставки архітектури, дизайну та мистецтва [12]. Українське мистецтво представлено окремим павільйоном, який діє до 11 грудня. Протягом осені доступний простір Planeta Ukrain [12] для обговорень та відкриття української культури через серії виставок, концертів, кінопоказів тощо.

У воєнний період важливим стає вплив на мовну культуру. Нові течії та спрямування у політичних, дипломатичних та культурних подіях формують широкий інформаційний простір спільноти. У цьому контексті слід відзначити ініціативу Першої леді України, Олени Зеленської, яка 16 листопада 2022 року презентувала «Довідник безбар'єрності» у Міжнародний день толерантності [12]. Цей довідник призначений для полегшення взаємодії між героями ЗСУ з фізичними обмеженнями та іншими співрозмовниками.

Далі варто розглянути популярні мейнстріми в українському житті та розкрити кожен з них. Наприклад, у мовній культурі відбуваються зміни у зв'язку з воєнною ситуацією, що призводить до появи нових лексичних одиниць та оновленого правопису. Протягом усього періоду російсько-української війни українська мова збагатилася сучасними неологізмами, пов'язаними з військовою лексикою, що впливає на створення сучасного образу України через ЗМІ.

Загалом, мова ЗМІ виступає своєрідною моделлю національної мови в інформаційному суспільстві. Вона формує літературні норми, впливає на сприйняття політики, мистецтва та літератури, створюючи культурно-історичну і історико-лінгвістичну своєрідність [13, с. 187]. Таким чином, виникла потреба у науковому дослідженні мовлення представників українських медіа. При аналізі різноманітних джерел інформації, як електронних, так і друкованих, можна виділити кілька важливих тенденцій:

Зростання вживання військового лексикону в ЗМІ: В журналістських текстах активно використовуються вирази, такі як «руській воєнний корабель», «військова техніка Камікадзе», «зведення Генштабу», «контрнаступ на Херсонщині», «Калібри в Чорному морі», «утримання Андріївського плацдарму», «знищення штурмових Су-25» тощо. Впровадження військової тематики у поштовому зв'язку: Український національний оператор

поштового зв'язку «Укрпошта» випустив велику кількість марок, які відображають воєнні події та героїчні вчинки Збройних сил України.

Збільшення кількості неологізмів: Виникають нові лексичні одиниці, такі як «бавовна» (вибух у росії), «дискотека» (бойові дії), «Мордор» (Росія), «орки» (російські військові), «кіборги» (незламні воїни ЗСУ), «бандеромобіль» (бойове авто ЗСУ), «затридні» (нереалістичні терміни, плани), «рашизм» (російська шовіністична ідеологія) та інші. Використання неологізмів у ролі дієслів і іменників: Нові терміни виступають як дієслівні сполуки, наприклад, «заукраїнити», «чорнобаїти», «мамкувати», «наволонтерити», «іхтамнетити», «кадирити».

Позначення назв країни-агресора та її союзників малою літерою: у мовленні часто зустрічаються такі написання, як «путін», «росія», «білорусь», «шойгу», порушуючи правописні норми. Аналіз таких явищ в мовленні дозволяє розуміти особливості мовного виразу в контексті воєнно-політичних подій та виявляти нові лексичні форми, які активно використовуються в українських ЗМІ.

Українські ілюстратори виявилися важливими агентами в урбаністичному інформаційному просторі, активно використовуючи свої таланти для фіксації подій та висловлення підтримки під час війни. Один із найвідоміших серед них – головний ілюстратор України Микита Тітов, чий внесок в мистецтво воєнної ілюстрації набув значущого визнання.

Графічні роботи на політичну та воєнну тематику:

Микита Тітов: Головний ілюстратор України, активно фіксує ключові події в Україні через яскраві ілюстрації та малюнки. Його роботи часто надихаються новинними сюжетами, а їх слогани вражають глибокою сутністю та емоційною силою.

Тематичні аспекти та ідеї:

Плакати із слоганом «Ніколи не думав/ла...»: Однією з цікавих ідейних композицій є створення плакатів із слоганом «Ніколи не думав/ла, що вдягну цю форму, але це моя земля». Ці роботи створені для відображення різноманіття громадян, які встають на захист рідної землі [14, с. 276].

«Оборонні герби» для міст: Микита Тітов також створює унікальні образи «оборонних гербів» для українських міст, використовуючи меч як головний символ. Це вимагає глибокого занурення та розуміння особливостей кожного міста, щоб передати його символіку та дух.

Інші ініціативи:

Творче використання ворожого снаряду: Микита Тітов разом з волонтерською асоціацією «Зграя» створив арт-об'єкт із ворожого снаряду, перетворивши його на об'єкт мистецтва з ілюстраціями серії «Колискова». Ця творча ініціатива була представлена на благодійному аукціоні.

Міжнародна відомість: Марія Кінович, ілюстраторка, поділилася своїм досвідом співпраці з іноземними ЗМІ. Її ілюстрації експонуються в різних містах світу, включаючи Польщу, Німеччину, Естонію, Каталонію, Францію, Нідерланди, Литву та США.

Українські ілюстратори стають не лише свідками інформаційних подій, а й активними учасниками у формуванні візуальної культури та вираженні національної ідентичності через свої творчі роботи.

Я захоплений активністю Pictoric – вони діють від першого дня, організовують збір робіт і провели декілька виставок, де, через ілюстрації, можна побачити події в Україні. Були й приватні ініціативи, наприклад, я чекаю на виставку в Ірландії, Грузії й Сан-Дієго. В Лодзі я взяв участь у виставці, що присвячена українській мові [15, с. 33-38]. Марія також ділиться своєю співпрацею з іноземними медіа. Вона каже, що багато закордонних видань зверталися до неї з пропозиціями співпраці. Молода ілюстраторка хотіла показати реальні події в Україні. Спочатку до неї написав британський

The New Statesman [15, с. 33-38]. Потім був The Economist [15, с. 33-38]. Пізніше вона дала інтерв'ю болгарському журналу «ВИЖ», яке використали на обкладинці [15, с. 33-38]. Потім була обкладинка для фінської студентської газети - нішевого медіа, і співпраця принесла задоволення. Потім написав польський Greenpeace, замовивши публікацію на кінець травня. Також вона співпрацювала з швейцарським Republik [15, с. 33-38].

У випадку 3 розглядається розвиток культури під час російсько-української війни, що має відбуватися через два напрямки - вільний розвиток культури та захист української ідентичності. Відомий письменник Олексій Нікітін, який є членом Національної спілки письменників та Українського ПЕН, висловив свої думки під час обговорення теми «Мистецтво» на сьомому Національному круглому столі. Він зауважив, що після війни європейські інтелектуали створили ПЕН-клуб, щоб захистити культуру від цензури та забезпечити вільний розвиток культури. Нікітін вважає, що розвиток української культури в цей період відбувається на перетині цих двох напрямків – вільного розвитку культури та захисту української ідентичності. Зазначається, що міжнародне співтовариство сприймає ці сценарії досить позитивно.

Адже, велика кількість робіт українських митців з'являються на шпальтах друкованих та інфо-видань зарубіжних ЗМІ, так 67 само на офіційних сторінках соцмереж авторитетних медіа можемо зустріти новинні статті про українські події з яскравими ілюстраціями українських майстрів веб – дизайну. Також, багато відомих висловлювань українських політиків та мейнстрімних слоганів зустрічається на шпальтах зарубіжних журналів, наприклад журнал «Time» на головній обкладинці зобразив слова Володимира Зеленського з відео - звернення: «Життя перемає смерть, а світ – темряву» [15, с. 33-38].

Центральні керівні органи влади також беруть активну участь в створенні українських неологізмів, наприклад нещодавно Міністерство оборони запропонувало не вживати слово, де фігурує поняття «фобія» - «страх», а замінити його на неологізм, де закладено зміст «гоу хом» - з англійської «геть до себе додому» [15, с. 33-38]. Усе це безперечно позитивно впливає на поширення проблеми українського питання на порядку денному зарубіжних ЗМІ, адже часто приховані змісти, які відображаються в ілюстраціях є більш красномовними, ніж новинні сенсації. Через такі кейси закордонна спільнота отримує вітчизняний український інфо - продукт, а це означає, що у них формується незаангажований погляд на політичну ситуацію, яку можуть створити їхні медіаплатформи.

3.2. Можливості інформаційно-пропагандистської техніки формування іміджу України в англomовній європейській пресі після повномасштабного вторгнення рф в Україну

Дипломатичні відносини представляють собою складний процес, їх оцінка залежить від різних чинників, таких як геополітичні інтереси, економічні зв'язки та внутрішня політика країн-партнерів. Важливу роль відіграє імідж країни, що включає зовнішнє сприйняття та внутрішні переконання та цінності, що відображаються в діях держави та її лідерів. Імідж України на міжнародній арені залежить від таких факторів:

Демократія та реформи: Україна активно зміцнює демократичні інститути та впроваджує економічні та політичні реформи, що може позитивно впливати на імідж країни в міжнародних відносинах.

Геополітичне положення: Розташування України поруч з ЄС надає їй стратегічне значення в контексті міжнародних відносин та геополітичних процесів.

Реформи та боротьба з корупцією: Зусилля України у впровадженні реформ та боротьбі з корупцією можуть покращити її імідж, хоча це може вимагати часу.

Гуманітарна допомога та миротворчі операції: Участь України у гуманітарних місіях та миротворчих операціях може підсилити позитивне сприйняття країни як миролюбної нації.

Важливо враховувати, що імідж країни – це складний та багатовекторний процес. Політичні відносини між країнами залежать не лише від іміджу держави, але й від довіри до її лідера та його політичного та особистого іміджу. Для підтримки позитивного іміджу, важливо продовжувати роботу над реформами, залучати іноземні інвестиції, розвивати міжнародне співробітництво та взаємодіяти з міжнародною спільнотою. Прозорість, дотримання прав людини та розвиток демократії є ключовими аспектами для підтримки позитивного іміджу України у світі [15, с. 33-38].

У 2022 році країна-агресор під час оголошення «часткової мобілізації» висловила загрози Україні та світові використанням ядерної зброї, що стало актом підвищеної боєздатності ще в перші дні повномасштабного вторгнення (Ядерна загроза, 2022). За словами Н. Кінаш (2022), ми стикаємося із серйозними викликами міжнародній безпеці, такими як агресивні війни, насильство, можливість використання ядерної, радіологічної, хімічної та біологічної зброї, тероризм. Ці загрози перетинають національні кордони і вимагають колективних зусиль для їх нейтралізації на всіх рівнях – міжнародному, міжрегіональному та національному.

Відзначається необхідність розширеної концепції міжнародної безпеки та реформ у міжнародних безпекових структурах (Кінаш, 2022). Україна, знаходячись в екстремальній ситуації, потребує міжнародної підтримки на різних рівнях, включаючи фінансову, гуманітарну, економічну, політичну та військову допомогу.

Фінансова підтримка може включати надання кредитів, грантів та інвестицій, а також підтримку економічних реформ і розвитку інфраструктурних проєктів. Гуманітарна допомога включає постачання медичного обладнання, ліків, продовольства та матеріально-технічної допомоги для постраждалих. Технічна допомога включає консультації, обмін досвідом та навчання в різних галузях.

Важливо відзначити, що країни, такі як США, Британія, Євросоюз, Туреччина, Польща та інші, надають значний обсяг допомоги Україні на різних напрямках. Польща стала важливим партнером, пропонуючи підтримку в усуненні окупації та розміщення біженців. Британія стала основним союзником в Європі, надаючи військову техніку для звільнення окупованих територій [16].

У цьому контексті зростає визнання необхідності колективних зусиль для забезпечення міжнародної безпеки. Підтримка України включає фінансову, гуманітарну, економічну, політичну та військову допомогу, а також обмін досвідом та технічну підтримку в різних галузях. Це свідчить про закономірність формування політичної культури суспільства та демократичних цінностей через міжнародну співпрацю та підтримку.

Британські тренери продовжують надавати інструктаж українським військовослужбовцям та сприяють їм у проведенні операцій (згідно з «Боротьба за свободу, 2023»). Треба зауважити, що Сполучені Штати є провідними за всіма показниками підтримки України, включаючи економічну, фінансову та військову сфери. Американське керівництво успішно змогло об'єднати країни НАТО для надання тривалої допомоги українській армії, яка продовжує захищати свободу своєї країни. Зокрема, від США українська армія отримала такі ключові зразки озброєння, як РСЗВ HIMARS, бронетехніка M2 Bradley, танки Abrams і системи ППО Patriot (за даними «Боротьба за свободу, 2023»).

Важливо визначити, що міжнародна підтримка грає ключову роль у допомозі Україні, особливо в умовах війни. Проте за нашим переконанням, державі слід прийняти ряд заходів для підвищення свого іміджу, зокрема:

Розробити ефективну інформаційну стратегію щодо поширення точної, об'єктивної та повної інформації про російське військове вторгнення та його наслідки. У цьому інформаційному просторі важливо надалі представляти світовій громадськості правдиву картину подій в Україні, включаючи злочини окупаційної армії проти цивільного населення;

Посилити дипломатичні зусилля для залучення союзників та міжнародних організацій до підтримки України, проводити спільні заходи, переговори та дипломатичні місії з метою припинення агресії;

Впровадити міжнародну програму «Гуманітарна допомога» для постраждалого населення від російських окупантів та активно залучити міжнародні гуманітарні організації та донорів. Це сприятиме не лише поліпшенню гуманітарної ситуації, але й покращенню іміджу України, що демонструє готовність надавати допомогу своїм громадянам;

Підвищити політичну культуру та свідомість суспільства за допомогою міжнародних форумів та конференцій на міжнародному рівні. Це приверне увагу світової громадськості до проблем України та підвищить рівень підтримки;

Висновки до розділу 3

В результаті нашого дослідження приходимо до висновку, що для підтримки суверенітету та територіальної цілісності України під час російсько-української війни важливу роль відіграють дипломатичні відносини та імідж країни. Ці аспекти сприяють активному взаємодії з лідерами країн Європейського Союзу та інших міжнародних організацій з метою надання

Україні міжнародної підтримки у військовій, економічній, політичній, фінансовій та гуманітарній сферах, а також для забезпечення безпеки громадян та відновлення інфраструктури на територіях, які постраждали від бойових дій [17, с. 102-117].

Важливо відзначити, що рівень підтримки від міжнародних партнерів залежить від іміджу країни та політичного лідера, який, використовуючи дипломатичні зусилля, представляє інтереси України на міжнародній арені.

Оглядаючи вищезазначене, можна визнати, що президент України Володимир Зеленський вже до початку повномасштабної війни активно взаємодівав у межах міжнародних ініціатив та спільних проєктів. Це сприяло розвитку глобального співробітництва та зміцнило позицію України на світовій арені. Імідж глави держави та його стиль комунікації створюють враження інноваційності та змін у напрямку європейської інтеграції.

Варто відзначити, що підписання Заявки на членство до Європейського Союзу 28 лютого 2022 року свідчить про рішучість України рухатися у напрямку європейських цінностей. Проте вступний процес може бути довготривалим і вимагати виконання ряду умов, проте це не зупиняє українців на їхньому шляху до європейської інтеграції.

Наше дослідження дозволяє оцінити вплив Західних країн та Європейського Союзу на підтримку України у процесі європейської інтеграції, вказуючи на важливість та перспективи цього процесу. Треба також враховувати, що успіх інтеграції залежить від різних факторів, включаючи внутрішні та зовнішні умови.

ВИСНОВКИ

На сучасному етапі відбувається перетворення сприйняття України в глобальних медіа та в комунікаційному середовищі. Це формується через вплив інформаційного простору, що вбирається суспільством. У свою чергу, інформаційне середовище, в якому існують ці образні явища, формується завдяки різноманітним новинам, сенсаційним репортажам та специфічному представленню інформації авторитетними світовими ЗМІ.

З особливою гостротою на сьогодні порушується проблема вивчення світового інформаційного простору та представлення образу України в ньому, особливо в умовах воєнного конфлікту та інформаційної боротьби. При розгляді різних підходів до визначення «інформаційного простору» та «інформаційного середовища» визначено взаємовплив цих понять. Також відзначено, що існування інформації можливе лише при сприйнятті нею, що робить комунікативну систему «джерело - одержувач інформації» необхідною передумовою для інформаційних процесів.

Не існує єдиного набору характеристик для аналізу кожного інформаційного середовища, проте географія, населення, комунікаційна інфраструктура, ЗМІ та громадські організації можуть слугувати відправною точкою. Сучасний інформаційний простір є складним явищем з різними рівнями комунікації та використанням різноманітних каналів, але особливо вагому роль у формуванні образу держави відіграють ЗМІ.

З еволюцією інформаційного простору відбуваються значні зміни у якісних та кількісних показниках, що впливають на інформаційну площину та конструкцію образів. Регулювання масової комунікації та безпека в інформаційній сфері стають більш розмитими через втрату суверенітету в медіа та важкості правового регулювання в Інтернеті. Зниження авторитету традиційних ЗМІ, поява нових засобів масової комунікації та поширення

фейків і «постправди» також суттєво впливають на сприйняття образу держави іноземною та внутрішньою громадськістю, яка споживає інформаційний продукт.

У цьому дослідженні основним об'єктом аналізу стали світові мовники, такі як BBC News та CNN International. Дослідження включало в себе період від 2014 року, коли зафіксовано збільшений інтерес іноземної громадськості до України через революційні події, до 2022 року, коли розпочалася повномасштабна україно-російська війна.

Методологія включала якісний аналіз новинного матеріалу та порівняльну характеристику образу України в роки 2014 та 2022. Основним питанням дослідження було визначення змін у сприйнятті України як країни-жертви та економічно бідної держави, а також визначення, чи стала Україна державою-брендом у сучасних умовах. Особлива увага була приділена впливу американських та британських медіаплатформ на образ України.

Результати дослідження вказують на кілька ключових висновків:

- Порівняно з 2014 роком, в 2022 році збільшилася кількість новинних матеріалів із позитивними конотаціями, що піднімають імідж України.
- Спостерігається підвищений інтерес до політичної еліти України з боку досліджуваних медіаплатформ.
- Незважаючи на позитивні зрушення, Україна все ще асоціюється з образом країни-жертви, особливо через зображення цивільних жертв та руйнування інфраструктури.
- Україна встановлює нові дипломатичні зв'язки, що відображається в новинах про переговори з представниками інших країн.
- Засудження РФ та спроби понизити її авторитет стали активнішими на міжнародному рівні.

- Питання України стало актуальним на медіаплатформах CNN та BBC News.

Дослідник приходять до висновку, що незважаючи на певні позитивні тенденції, образ України залишається деякою мірою у визначеному стереотипі країни-жертви, але одночасно відзначається підвищеним інтересом до позитивних аспектів та політичної ситуації в країні.

У вказаному дослідженні було проведено порівняльний аналіз двох авторитетних світових мовників – BBC News і CNN International, щодо їхнього сприйняття та відображення образу України. Отже, за результатами аналізу можна зазначити кілька спільних та відмінних рис у поданні інформації про Україну на цих платформах.

Спільним є підвищення рейтингів та збільшення кількості новинних матеріалів про Україну у 2022 році на обох медіаплатформах. Також характерно, що обидві платформи намагаються висвітлити образ України в більш позитивному світлі, зосереджуючись на героїчних діях ЗСУ, волонтерів та медиків.

Відмінності виявляються у способах співпраці мовників з українськими новинами. Відзначається, що BBC News активно співпрацює з українськими новинами, що свідчить про їхню взаємодію у проектах, таких як «Ukraine: Innovating For the Future». З іншого боку, CNN International зазвичай продукує інформаційні продукти, спрямовані в основному на американський ринок.

Дослідження також виявило, що трансформація образу України під час російської агресії в 2022 році була в значній мірі визначена інтегруючим чинником українського суспільства. Під впливом військових подій та інформаційних атак РФ, українське суспільство адаптувалося та продемонструвало політичний імунітет. Важливим моментом було ствердження українського народу як великих героїв. Великий обсяг інформації у іноземних джерелах був присвячений саме цьому аспекту, що

стало своєрідною кампанією з підтримки та позитивного уявлення про Україну.

У цьому контексті було виявлено, що чинники, які вплинули на трансформацію образу України, включають активну участь українського суспільства, героїчні дії на фронті та вдома, а також використання культурних та творчих ініціатив для впливу на міжнародну спільноту.

В умовах військового періоду в Україні спостерігається значний розвиток брендингової культури, яка включає в себе різноманітні мейнстріми. Зокрема, спостерігається поширення неологізмів у сучасній українській мові, пов'язаних з військовим лексиконом. Також виникають нові гасла та слогани, які висвітлюють підтримку України та Збройних Сил України. Ілюстратори та письменники активно створюють популярні образи, які відображають сучасні реалії та важливі аспекти життя країни.

Варто відзначити явище популяризації українського питання на обкладинках світового глянцю. Зокрема, найвідоміші видання глянцю активно використовують жовто-блакитне забарвлення, ілюстративні малюнки, що стосуються воєнної та громадянської ситуації в Україні. Керівництво України та звичайні громадяни стають обличчям стійкості на обкладинках, що підкреслює підтримку та засудження терористичного режиму Росії через ефектні карикатури політичних діячів країни-агресора.

Усе вищезазначене свідчить про те, що образ України в зарубіжному інформаційному просторі пройшов значну трансформацію, що визначається великою кількістю чинників. Зміни в поданні новин про Україну здійснили іноземні новинні канали, і це впливає на сприйняття образу української держави іноземними аудиторіями контенту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Акулініна М. (2019) Дослідження національного та політичного іміджмейкінгу. International relations, part «Political sciences», 21. URL: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/viewFile/3898/3553 (дата звернення: 10.10.2023 р.);
2. Габер Є., Корсунський С., Шелест Г. Концепція зовнішньої політики України. Експертні рекомендації. 2020 р./ Фонд імені Фрідріха Еберта. URL: <http://surl.li/dvvbc> (дата звернення: 10.10.2023 р.);
3. Горбенко Н. Ю. Постправа як феномен сучасної політики. Education and science of today: intersectoral issues and development of sciences. 2021. Вип.3. С. 23-27. URL: <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/logos/article/view/10139/9638> (дата звернення: 10.10.2023 р.);
4. Гордійчук Д. «Рускій військовий корабель ... всьо»: Укрпошта випускає нову марку після затоплення «Москви». Економічна правда. 22.04.2022. URL: <http://surl.li/dvrit> (дата звернення: 11.10.2023 р.);
5. Грицай І.О. Конспект лекцій з навчальної дисципліни інформаційне право. Дніпро: Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ, 2016. URL: <https://cutt.ly/p1TWvoQ> (дата звернення: 10.10.2023 р.);
6. Грузина И. А. Влияние информационной среды на деятельность современного предприятия. Современный научный вестник. 2013. № 42 (181). Серия: Экономические науки. Белгород.: Изд-во «Руснаучкнига». С. 92-100. URL: <http://surl.li/dvbgv> (дата звернення: 12.10.2023 р.);
7. Довіра до держави: як зберегти національну єдність заради перемоги/ Фонд Демократичні ініціативи імені Ілька Кучеріва. 2022. URL: <http://surl.li/dvrgm> (дата звернення: 10.10.2023 р.);

8. Долотова Д. Скільки українців зараз захищають країну? Міністр оборони розкрив чисельність військових формувань. Інформаційне агентство «Вікна». 08.07.2022. URL: <http://surl.li/dvrgz> 79 (дата звернення: 11.09.2023 р.);

9. Дубас О.П. Сучасні наукові підходи до дослідження інформаційно - комунікаційного простору. Вісник Харківського національного університету імені В.Н.Каразіна. Серія: Питання політології. 2010. №912. URL: <http://dspace.nbuu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/26693/22-Dubas.pdf> (дата звернення: 09.10.2023 р.);

10. Дубняк К.А. Інформаційний простір: структура та функціональні параметри. Серія: Соціальні комунікації. 2015. № 4(24). URL: <http://surl.li/dvbbk> (дата звернення: 10.09.2023 р.);

11. Європейська федерація журналістів наголошує на необхідності порятунку українських ЗМІ/ Національна спілка журналістів України. 15.06.2022. URL: <http://surl.li/dvqhk> (дата звернення: 12.09.2023 р.);

12. За використання ботоферм під час агітації потрібно ввести відповідальність - юрист. Інформаційна платформа «Детектор Медіа». 25.09.2019. URL: <http://surl.li/dvbyb> (дата звернення: 12.09.2023 р.);

13. Косенко Ю. В. Основи теорії мовної комунікації: навч. посібник. Суми: Сумський державний університет, 2011. 187 с. URL: <http://surl.li/dvbjv> (дата звернення: 16.09.2023 р.);

14. Ланде Д. В., Фурашев В. М. Інформаційне та соціально - правове моделювання: посібник; за заг. ред. Д. В. Ланде. Київ-Одеса : Фенікс, 2021. 276 с. (дата звернення: 12.09.2023 р.);

15. Лисинюк М. В. Мова ЗМІ як показник мовної культури сучасного суспільства. Культура і сучасність. №2. 2020. С. 33–38. URL: <http://surl.li/dvrkr> (дата звернення: 12.09.2023 р.);

16. Лімонова Л.О. Системний підхід як методологічна основа дослідження, аналізу та моделювання соціально - економічних систем. Харків: ХНУРЕ, 2010. URL: <http://surl.li/dvwps> (дата звернення: 23.09.2023 р.);

17. Макаренко Л.Л. Роль інформаційно - освітнього середовища в процесі формування інформаційної культури. Педагогічні науки. Випуск 107. 2012. С.102-117. (дата звернення: 19.09.2023 р.);

18. «Медіа під час війни» – у Тбілісі відбулася конференція Ради Європи за участі українського медіарегулятора/ Національна рада України з питань телебачення та радіомовлення. 13.10.2022. URL: <http://surl.li/dvrfx>, (дата звернення: 18.09.2023 р.);

19. Міністерство оборони України: Офіційний веб-сайт. URL: <https://www.mil.gov.ua/>, (дата звернення: 10.09.2023 р.);

20. М'яникова А. «Хочу, щоби українська ніч переварила всіх нелюдів»: митець Микита Тітов перетворив ворожий снаряд на арт-об'єкт. Накипіло. 2022. URL: <http://surl.li/dvrtj>, (дата звернення: 17.09.2023 р.);

21. На BBC Global News стартує спеціальний розділ про Україну. Укрінформ. 30.11.2022. URL: <http://surl.li/dvquy>, (дата звернення: 13.09.2023 р.);

22. Народна зірка смерті. Як супутник допоможе ЗСУ. Волинські новини. 19.08.2022. URL: <http://surl.li/dvrfn> (дата звернення: 13.09.2023 р.);

23. Микита Тітов: Особиста сторінка у Facebook.. URL: <http://surl.li/dvrst> (дата звернення: 14.09.2023 р.);

24. Носальський І. Росіян ніхто не боїться. У Резнікова запропонували альтернативу терміну «русофобія». РБК - Україна. 03.09.2020. URL: <http://surl.li/dvrui>, (дата звернення: 14.09.2023 р.);

25. 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/dvrvvl>, (дата звернення: 17.09.2023 р.);

26. Павленко В. Чому навколо коронавірусу так багато теорій змов. Інформаційна агенція «Детектор Медіа». 12.11.2020. URL: <https://ms.detector.media/trendi/post/25954/2020-11-12-chomu-navkolo-koronavirusu-tak-bagato-teoriy-zmov/>, (дата звернення: 22.09.2023 р.);

27. Пелецишин А.М., Гумінський Р.В. Модель інформаційного середовища віртуальної спільноти. Восточно-Европейский журнал передовых технологий. 2014. №2/2(68). С.10-16. URL: <https://cutt.ly/t1wD3T1>, (дата звернення: 21.09.2023 р.);

28. Письменник розповів про вектори розвитку української культури під час війни. Укрінформ. 03.12.2020. URL: <http://surl.li/dvrub>, (дата звернення: 21.09.2023 р.);

29. Савон К.В. Категорії бренд, імідж, образ та репутація держави: порівняльна характеристика. Національний університет «Одеська юридична академія», аспірантка кафедри політичних теорій. URL: <http://surl.li/dvbmui>, (дата звернення: 21.09.2023 р.);

30. Секретный доклад Владислава Суркова: «Мы реально считаем, что давать власть либеральным «друзьям» опасно и вредно для страны; Чем больше я работаю, тем больше я разочаровываюсь в мире»: стенограмма. Радіо Свобода. 11.05.2005. URL: <https://www.svoboda.org/a/127679.html>, (дата звернення: 22.09.2023 р.);

31. Семченко О. А. Іміджева політика України. Академія. Серія «Монограф». Київ. 2014. URL: <http://surl.li/dvvko>, (дата звернення: 06.10.2023 р.);

32. 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. (дата звернення: 26.09.2023 р.);

33. Склярєвська Г. Аналітичне дослідження каналу «Детектор Медіа», 2019. URL: <http://surl.li/dvbvg>, (дата звернення: 14.09.2023 р.);

34. Стратегія публічної дипломатії Міністерства закордонних справ України на 2021-2025 роки (ухвалено Наказом МЗС від 24.03.2021 р.)/ Міністерство закордонних справ України. Київ, 2021. URL: <http://surl.li/bgpm>, (дата звернення: 06.09.2023 р.);

35. Тлумачення слова/ Портал української мови та культури «Словник УА». URL: <http://surl.li/dvrko>, (дата звернення: 16.09.2023 р.);

36. Цвєткова С. На майдані Свободи у Харкові відкрилась виставка Нікіти Тітова, присвячена захисникам України. Суспільне новини. 11.11.2022. URL: <http://surl.li/dvrsx>, (дата звернення: 16.09.2023 р.);

37. Штогрін І. Художник Микита Тітов: «Мордор впаде і Україна задихає вільно». Радіо Свобода. 06.02.2022. URL: <http://surl.li/dvrta>, (дата звернення: 18.09.2023 р.);

38. 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>. (дата звернення: 15.09.2023 р.);

39. Anholt S. Beyond the Nation Brand: The Role of Image and Identity in International Relations. The Journal of Public Diplomacy. 2013. No.2(1). PP.1-7. URL: <http://surl.li/dvvkg>, (дата звернення: 14.09.2023 р.);

40. Atwood K. Former US President George W. Bush to hold public conversation with Ukrainian President Zelensky next week. 11.11.2022. CNN. URL: <http://surl.li/dvqzs>, (дата звернення: 13.09.2023 р.);

41. Banksy shares behind-the-scenes video from Ukraine. CNN. URL: <http://surl.li/dvret>, (дата звернення: 17.09.2023 р.);

42. BBC News. URL: <https://www.bbc.com/>, (дата звернення: 10.09.2023 р.);
43. BBC News Україна. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian>, (дата звернення: 14.09.2023 р.);
44. 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>, (дата звернення: 17.09.2023 р.);
45. Bhangu G. Top 15 Most popular news websites in the world 2022. TechWorld. 5.01.2022. URL: <https://otechworld.com/most-popular-news-websites/>. (дата звернення: 19.09.2023 р.);
46. Black P., Carter C. J., Butenko V. Ukraine's president calls efforts to push him from office a 'coup'. CNN International. 22.02.2014. URL: <http://edition.cnn.com/2014/02/22/world/europe/ukraine-protests/>, (дата звернення: 17.09.2023 р.);
47. Breaking News by Alan Rusbridger review – the remaking of journalism and why it matters now. Sep.18, 2018 by Ian Jack. URL: <http://surl.li/dvv1lb>, (дата звернення: 26.09.2023 р.);
48. Charlie Hebdo: Official Facebook Page. URL: <http://surl.li/dvr1vb>, (дата звернення: 26.09.2023 р.);
49. Church B., Anderson B. AC Milan icon Andriy Shevchenko thanks former club for supporting Ukraine amid war effort. CNN. 22.10.2022. URL: <http://surl.li/dvr1cp>, (дата звернення: 26.09.2023 р.);
50. CNN International. The main page. URL: <https://edition.cnn.com/>, (дата звернення: 26.09.2023 р.);
51. Cooban A. Europe still can't live without this Russian energy export. CNN Business. 10.11.2022. URL: <http://surl.li/dvr1rat>, (дата звернення: 27.09.2023 р.);

52. Cooban A., Pavlova U. Russia threatens to cut supply of gas through Ukraine. 23.11.2022. CNN Business. URL: <http://surl.li/dvrbu> 83, (дата звернення: 24.09.2023 р.);

53. Crimea: Fear and unease in Novo-Ozyorne. BBC News. 15.03.2014. URL: <https://www.bbc.com/news/world-europe-26577628>, (дата звернення: 24.09.2023 р.);

54. Defenders of freedom. The New Yorker. URL: <https://war.ukraine.ua/heroes/>, (дата звернення: 24.09.2023 р.);

55. Dialogues on war: Official Facebook Page. URL: <http://surl.li/dvrir>, (дата звернення: 27.09.2023 р.);

56. Dinnie K. Nation branding: Concepts, issues, practice. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2008. 399 p. URL: <http://surl.li/dvvkj>, (дата звернення: 17.10.2023 р.);

57. Doucet L. Olena Zelenska: We will endure. BBC News. 25.11.2022. URL: <https://www.bbc.com/news/world-europe-63743657>, (дата звернення: 17.10.2023 р.);

58. Focus. The official website. URL: <http://surl.li/dvruv>, (дата звернення: 17.10.2023 р.);

59. Fower S. Zaporizhzhia strike kills newborn baby at Ukraine hospital. BBC News. 23.11.2022. URL: <https://www.bbc.com/news/world-europe-63727260>, (дата звернення: 19.10.2023 р.);

60. Frontline Frontmen. BBC News. Sep. 2, 2022. URL: <https://www.bbc.co.uk/programmes/p0cs677h>, (дата звернення: 13.10.2023 р.);

61. Gan N., Mogul R. G20 leaders' declaration condemns Russia's war 'in strongest terms'. CNN International. 16.11.2022. URL: <http://surl.li/dvqxj>, (дата звернення: 17.10.2023 р.);

62. Grez M. After returning from war, Ukrainian MMA fighter Yaroslav Amosov looks to defend his world title. CNN. 22.11.2022. URL: <http://surl.li/dvrcy>, (дата звернення: 16.10.2023 р.);

63. GSMA. State of Mobile Internet Connectivity Report. 2019. URL: <http://surl.li/dvvlg>, (дата звернення: 16.10.2023 р.);

64. Instagram. Private page. marikinno. URL: <http://surl.li/dvrts>, (дата звернення: 18.10.2023 р.);

65. Instagram. Private page. vij.magazine. URL:<http://surl.li/dvrtw>, (дата звернення: 15.10.2023 р.);

66. John Kerry Fast Facts. CNN International. 03.12.2021. URL: <http://edition.cnn.com/2012/12/20/us/john-kerry---fast-facts/>, (дата звернення: 19.10.2023 р.);

67. Lipman M. Putin's Sovereign Democracy. The Washington Post. 15.07.2006. URL: <http://surl.li/dvqfd>, (дата звернення: 19.10.2023 р.);

68. Lyse Doucet. Reporters. BBC News. URL: <http://surl.li/dvqqp>, (дата звернення: 17.10.2023 р.);

69. Muhammad Z. The start of 2022 saw many major news sites see. Digital Information World. 29.03.2022. URL: <https://cutt.ly/z1etxHY>, (дата звернення: 13.10.2023 р.);

70. Morse B., Davies M. No fans and bomb shelters: Ukrainian Premier League restarts amid ongoing Russian invasion. CNN. 23.08.2022. URL: <http://surl.li/dvrds>, (дата звернення: 19.10.2023 р.);

71. Post-truth/ Oxford Learner's Dictionaries. URL: <https://cutt.ly/C1YTodq>, (дата звернення: 03.10.2023 р.);

72. Palumbo J., Tanno S. Banksy confirms seven new murals in Ukraine. 15.10.2022. CNN. URL: <http://surl.li/dvreh>, (дата звернення: 03.10.2023 р.);

73. Paris Match. Ukraine : la rage de survivre. 2022. URL: <http://surl.li/dvrus>, (дата звернення: 18.10.2023 р.);

74. Plunkert D. Putin's Tracks. The New Yorker. 07.03.2022. URL: <http://surl.li/dvruy>, (дата звернення: 18.10.2023 р.);

75. Polling day lunch with a Crimea family. BBC News. 15.03.2014. URL: <https://www.bbc.com/news/av/world-europe-26607312>, (дата звернення: 12.10.2023 р.);

76. Printemps Ukrainien / Українська Весна : Official Facebook Page. URL: <http://surl.li/dvrjo>, (дата звернення: 17.09.2023 р.);

77. Resisting Russia: Ukraine's Shadow Army. Jul. 29, 2022. BBC News. URL: <http://surl.li/dvqrv>, (дата звернення: 17.09.2023 р.);

78. Reuters Institute Digital News Report 2019 (June 12, 2019)/ Newman N. and others. URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3414941, (дата звернення: 14.09.2023 р.);

79. Röttger P., Balazs B. The Information Environment and its Effects on Individuals and Groups. Oxford Internet Institute, University of Oxford. An Interdisciplinary Literature Review. 30th of April 2020. URL: <http://surl.li/dvujm>, (дата звернення: 25.10.2023 р.);

80. Russia-Ukraine news. Nov.24, 2022.CNN International.URL: <http://surl.li/dvqww>, (дата звернення: 13.09.2023 р.);

81. Smith-Spark L. , Paton Walsh N., Gigova R. Billionaire Poroshenko declares victory in Ukraine. CNN International. 25.05,2014. URL: <http://edition.cnn.com/2014/05/25/world/europe/ukraine-crisis/>, (дата звернення: 17.10.2023 р.);

82. The Information Environment and Information/ Christopher P. and others. Warfare. RAND Corporation. 2013. URL: <https://cutt.ly/v1YUI5w>, (дата звернення: 11.10.2023 р.);

83. Time. Putin Wants Revenge Not Just on Ukraine But on the U.S. and Its Allies. 2022. URL: <http://surl.li/dvruk>, (дата звернення: 19.09.2023 р.);

84. Time. The official website. URL: <http://surl.li/dvrug>, (дата звернення: 14.09.2023 р.);

85. Time. How Volodymyr Zelensky Defended Ukraine and United the World. 2022. URL: <http://surl.li/dvruo>, (дата звернення: 06.09.2023 р.);

86. Timothy Snyder: The Making of Modern Ukraine. Class 1: Ukrainian Questions Posed by Russian Invasion. You Tube, URL: <http://surl.li/dvrjh>, (дата звернення: 06.09.2023 р.);

87. Thompson M., Maruyama M., Stambaugh A. Oleg Tinkov renounced Russian citizenship over war in Ukraine. CNN. 01.11.2022. URL: <http://surl.li/dvrkd>, (дата звернення: 06.09.2023 р.);

88. Triennale Milano : Official Facebook Page. URL: <http://surl.li/dvrjx>, (дата звернення: 19.09.2023 р.);

89. Ukraine crisis: Before and after images. BBC News. 21.02.2014. URL: <https://www.bbc.com/news/world-europe-26280752>, (дата звернення: 06.09.2023 р.);

90. Ukraine crisis: Crimea always been part of Russia, says Putin. BBC News. 18.03.2014. URL: <https://www.bbc.com/news/av/world-europe-26624471>, (дата звернення: 22.09.2023 р.);

91. Ukraine crisis: Timeline. BBC News. 13.11.2014. URL: <https://www.bbc.com/news/world-middle-east-26248275>, (дата звернення: 09.10.2023 р.);

92. Ukraine: Innovating for the Future. BBC News. URL: <http://surl.li/dvqud>, (дата звернення: 19.09.2023 р.);

93. Ukraine says Donetsk 'anti-terror operation' under way. BBC News. 16.04.2014. URL: <https://www.bbc.com/news/world-europe-27035196>, (дата звернення: 19.09.2023 р.);

94. Ukraine UA. 100 stories of brave Ukrainians. You Tube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=RtRU3LAHcSI>, (дата звернення: 19.09.2023 р.);

95. Ukraine unrest: Protesters storm regional offices. BBC News. 24.01.2014. URL: <https://www.bbc.com/news/world-europe-25876807>, (дата звернення: 19.09.2023 р.);

96. Ukraine World. Explaining Ukraine. URL: <http://surl.li/dvrhs> 86, (дата звернення: 23.10.2023 р.);

97. Ukraine's 2014 revolution. CNN International. 20.02.2019. URL: <http://surl.li/dvqvh>, (дата звернення: 06.10.2023 р.);

98. Ukrainian tennis player Marta Kostyuk chooses not to shake hands with Belarusian opponent Victoria Azarenka at US Open. CNN International. 02.08.2022. URL: <http://surl.li/dvrdz>, (дата звернення: 03.09.2023 р.);

99. Urban Dictionary. URL: <http://surl.li/dvrkx>, (дата звернення: 06.10.2023 р.);

100. Walsh N.P. Russian spying in Europe dealt 'significant blow' since Ukraine war, MI5 chief says. CNN International. 16.11.2022. URL: <http://surl.li/dvqxa>, (дата звернення: 04.09.2023 р.);

101. War in Ukraine. Ukraine's Secret Weapon. BBC News. 15.11.2022. URL: <https://www.bbc.co.uk/programmes/p0dg8mwg>, (дата звернення: 04.09.2023 р.);

102. Where will he stop? The Economist. 2022. URL: <http://surl.li/dvrvi>, (дата звернення: 04.09.2023 р.);

103. World leaders hold emergency meeting as 'Russian-made' missile kills two in Poland/ Lister T. and others. CNN International. 16.11.2022. URL: <http://surl.li/dvquy>, (дата звернення: 08.10.2023 р.);

104. Wright G., Byaruhanga C. Millions of lives under threat in Ukraine this winter - WHO. BBC News. 22.11.2022. URL: <https://www.bbc.com/news/world-europe-63708223>, (дата звернення: 19.10.2023 р.);
105. Zelensky, il volto della resistenza. Vanity Fair. 2022. URL: <http://surl.li/dvrvo>, (дата звернення: 06.10.2023 р.);
106. Zelensky speaks to CNN on America's continued support for Ukraine. CNN. URL: <http://surl.li/dvrac>, (дата звернення: 06.08.2023 р.) ;
107. 23rd International Exhibition. Ukraine Planeta Ukraine. URL: <http://surl.li/dvrkh>, (дата звернення: 19.11.2023 р.);
108. Human Development Report. (8.09.2022). UNDP. URL: <https://hdr.undp.org/data-center/specific-country-data#/countries/UKR>, (дата звернення: 06.10.2023 р.).