

Національний університет "Острозька академія"

Навчально-науковий інститут лінгвістики

Кафедра комп'ютерної лінгвістики

## Кваліфікаційна робота

магістра

на тему

**Образ України в лінгвокультурному просторі англomовних мас-медіа**

Виконала: студентка 2 курсу, групи МКЛ-2

спеціальності: 035 Філологія

спеціалізації: 035.10 Прикладна лінгвістика

Глінчук Софія Тарасівна

Керівник: Поліщук В.Л.

Рецензент \_\_\_\_\_

(прізвище та ініціали)

Роботу розглянуто і допущено до захисту

на засіданні кафедри комп'ютерної лінгвістики

протокол № \_\_\_ від "\_\_\_" \_\_\_\_\_ 2024 р.

Зав.кафедри \_\_\_\_\_ Леся КОЦЮК

Острог – 2024 рік

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ОБРАЗУ КРАЇНИ В МЕДІАПРОСТОРИ.....	6
1.1. Поняття образу країни у лінгвокультурному контексті.....	6
1.2. Теорія медіа та її вплив на формування образів.....	8
1.3. Особливості функціонування англомовних мас-медіа.....	18
1.4. Роль лінгвокультурних аспектів у формуванні образу країни.....	25
Висновок до розділу 1.....	34
РОЗДІЛ 2 ПРАКТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНАЛІЗУ ОБРАЗУ УКРАЇНИ В АНГЛОМОВНИХ МАС-МЕДІА.....	36
2.1. Ключові теми та наративи про Україну в англомовних мас-медіа.....	36
2.2. Лексико-граматичні особливості представлення України.....	47
2.3 Порівняльний аналіз позитивних та негативних образів України.....	63
Висновок до розділу 2.....	84
ВИСНОВКИ.....	85
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	88
ДОДАТКИ.....	98

## ВСТУП

Актуальність теми дослідження. У сучасному глобалізованому світі засоби масової інформації відіграють ключову роль у формуванні міжнародного іміджу країн. Образ України в англомовних мас-медіа набуває особливої актуальності в умовах інформаційних війн та глобальних політичних змін, які впливають на міжнародне сприйняття держави. Вивчення того, як формується цей образ, а також аналіз лінгвокультурних аспектів, що визначають його специфіку, є важливими для розуміння позиціонування України на світовій арені. Актуальність цього дослідження обумовлена необхідністю поглибленого вивчення лінгвокультурних практик, що формують сприйняття України в англомовному медіапросторі, а також потребою у вдосконаленні міжнародної комунікації.

**Мета і завдання дослідження.** Метою даного дослідження є аналіз та визначення основних характеристик образу України в лінгвокультурному просторі англомовних мас-медіа.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати наступні **завдання**:

- \* Вивчити теоретичні основи дослідження образу країни в медіапросторі;
- \* Проаналізувати основні концепції, що визначають формування образу країни у лінгвокультурному контексті;
- \* Оцінити вплив медіа на формування образів країн, зокрема України, у англомовному світі;
- \* Дослідити ключові теми та наративи, що формують образ України в англомовних мас-медіа;
- \* Провести порівняльний аналіз позитивних та негативних аспектів образу України.

**Об'єкт дослідження** – процес формування образу країни в медійному просторі.

**Предмет дослідження** – лінгвокультурні аспекти представлення образу України в англомовних мас-медіа.

**Методи дослідження.** Для досягнення поставленої мети у роботі використано комплекс методів: емпіричні методи (спостереження, контент-аналіз, порівняння) для збору та аналізу фактичного матеріалу; теоретичні методи (аналіз, синтез, індукція, дедукція) для систематизації даних та формулювання висновків; методи аналізу дискурсу для виявлення ключових лінгвістичних та культурних маркерів, що впливають на формування образу України.

**Наукова новизна дослідження** полягає в комплексному аналізі образу України в англomовному медіапросторі з урахуванням лінгвокультурних аспектів. Уперше проведено порівняльний аналіз ключових образів України, що дозволяє краще зрозуміти механізми формування міжнародного іміджу країни.

**Практичне значення дослідження** полягає в можливості застосування його результатів у галузі міжнародної комунікації, дипломатії та культурної політики. Одержані результати можуть бути корисними для представників медіа, аналітиків, а також для урядових структур, що займаються питаннями інформаційної безпеки та міжнародного позиціонування України.

**Апробація дослідження.** публікація наукової статті на науковому блозі Національного університету “Острозька академія”.

**Структура роботи.** Кваліфікаційна робота складається з 2 розділів із висновками до кожного пункту розділу, висновків, списку використаної літератури (108 позицій). Загальний обсяг роботи становить 106 сторінок. Основний текст дослідження подано на 91 сторінці.

## **Розділ 1 Теоретичні основи дослідження образу країни в медіапросторі**

### **1.1. Поняття образу країни у лінгвокультурному контексті**

Образ країни у лінгвокультурному контексті є складним і багатовимірним явищем, що відображає не лише культурні й мовні особливості нації, але й її соціальні, історичні та політичні аспекти. Лінгвокультурний підхід до аналізу образу країни дозволяє глибше зрозуміти, як мовні засоби формують стереотипи, наративи і сприйняття на міжнародному рівні. Образ нації, зокрема України, формується через призму стереотипних уявлень, що виникають у лінгвокультурному просторі, та має ментальний і культурний вимір [42, с. 195].

Лінгвокультурологія, як наукова дисципліна, вивчає взаємозв'язок між мовою, культурою та національною ідентичністю, що становить основу для аналізу формування образу країни в глобальному контексті. Загнітко та Богданова (2017) зазначають, що лінгвокультурологія досліджує, яким чином мовні елементи відображають культурні цінності, традиції та світогляд нації, створюючи специфічний «культурний код», який передається через мову. Цей «культурний код» є важливим елементом національної ідентичності, що визначає самосвідомість нації і впливає на те, як вона сприймається іншими народами [43, с. 21].

У цьому контексті важливо розуміти, що образ країни формується не лише на основі національних традицій, але й через призму міжнародного сприйняття, що значною мірою залежить від мовних засобів і медіа. Медіа, як потужний засіб масової інформації, виступають каналом трансляції національних образів, а мова, яку використовують у цих медіа, визначає, яким чином ці образи сприймаються на глобальному рівні. Лінгвокультурологічний підхід дозволяє виявити, як саме мова може впливати на формування позитивного або негативного образу країни, залежно від того, які мовні засоби та стилістичні прийоми використовуються в медійному дискурсі.

Артемова (2018) наголошує, що лінгвокультурема, як основний елемент лінгвокультурного простору, відіграє вирішальну роль у процесі міжкультурної комунікації, впливаючи на формування образу країни в свідомості представників

інших культур. Лінгвокультуреми — це слова, фрази або навіть цілі тексти, що несуть у собі культурно обумовлену інформацію, яка може бути зрозуміла лише в контексті певної культури [2, с. 15]. Наприклад, такі поняття, як «майдан», «гетьман», «козаки» та інші, мають глибоке значення для української культури і можуть використовуватися як символи, що створюють певний образ України на міжнародному рівні.

Цей підхід дозволяє дослідити, як різні мовні засоби і культурні маркери впливають на створення певного образу нації у міжнародному просторі. Зокрема, лінгвокультурологія досліджує, як ці елементи можуть бути використані для побудови нарративів, що визначають національну ідентичність та її репрезентацію в іноземних мас-медіа. У цьому контексті важливим є аналіз не лише того, які образи передаються, але й того, як ці образи сприймаються аудиторією за межами країни, що дозволяє зрозуміти, які аспекти національної ідентичності є найбільш впізнаваними і впливовими на міжнародній арені [6, с. 291].

Лінгвокультурологія надає можливість глибше зрозуміти механізми формування міжнародного образу країни, враховуючи культурні, мовні та соціальні аспекти. Це є особливо важливим у сучасному світі, де міжнародне сприйняття нації може мати значний вплив на її політичну, економічну та культурну позицію на глобальній арені [18, с. 164].

Важливим аспектом формування образу країни є його роль у міжкультурній комунікації. Василенко [12-17] у своїх дослідженнях аналізує, як образ України відображається в англomовних перекладах української літератури, підкреслюючи, що ці переклади значною мірою впливають на міжнародне сприйняття України. Автор зазначає, що переклади українських поетичних творів в англomовному середовищі формують патетичний образ України, що часто асоціюється з боротьбою, свободою та національною гідністю.

Методологічний підхід до вивчення лінгвокультурного концепту дозволяє аналізувати, як різні культурні та мовні елементи інтегруються у міжнародний дискурс, створюючи багатогранний і часто суперечливий образ країни. Цей образ впливає на те, як країна сприймається у глобальному просторі, і може бути як

позитивним, так і негативним, залежно від контексту і наративів, що домінують у медіа [75, с. 120].

Brijs, Bloemer, & Kasper (2011) у своїй роботі пропонують модель дискурсу образу країни, яка розкриває значення, структуру та функції цих образів. Вони акцентують увагу на тому, що образ країни може бути багатошаровим конструкцією, що включає в себе як історичні, культурні, так і соціальні фактори, які разом створюють певний наратив про націю [78, с. 1259]. Kierpe & Mossberg (2005) наголошують на важливості відображення образу країни через призму сприйняття іншими народами, підкреслюючи, що ці образи можуть значно впливати на поведінку споживачів і формування міжнародної репутації країни [73, с. 32].

Нап (1989) розглядає образ країни як "ореол" або підсумкову конструкцію, яка може суттєво впливати на маркетингові стратегії, зокрема у контексті міжнародної торгівлі. Він підкреслює, що образ країни може слугувати як попереднім маркером, що визначає сприйняття споживачів до продукції, яка походить з тієї чи іншої країни. Таким чином, ці дослідження доповнюють лінгвокультурологічний підхід, додаючи до нього вимір маркетингових та економічних стратегій, що базуються на сформованих образах країн [71, с. 222]. Аналіз цих джерел дозволяє зрозуміти, як лінгвокультурні аспекти взаємодіють із глобальними ринковими силами, створюючи комплексний образ країни, що має як культурне, так і економічне значення.

У результаті, поняття образу країни в лінгвокультурному контексті включає в себе широкий спектр культурних, мовних та соціальних чинників, що формують міжнародне сприйняття нації. Цей образ є динамічним і змінюється в залежності від політичних, економічних та культурних подій, які відбуваються як у самій країні, так і на світовій арені. Він може бути конструйованим як всередині країни, так і зовні, за допомогою різних медіа, дипломатичних заходів та культурних обмінів.

Аналіз літератури показує, що лінгвокультурологічний підхід до вивчення цього явища дозволяє краще зрозуміти, як мовні засоби і культурні маркери впливають на формування позитивного або негативного образу країни у світовому медіапросторі. Лінгвокультурологія допомагає виявити ті елементи мови, які найчастіше використовуються для створення образу країни, а також зрозуміти, чому

певні слова, фрази або наративи набувають особливого значення у міжнародному контексті. Наприклад, дослідження Г. В. Василенко [12-18] показують, що лексико-граматичні засоби, які використовуються в перекладах української літератури на англійську мову, можуть суттєво змінювати сприйняття української культури і формувати інший, іноді дещо відмінний від оригіналу, образ країни в очах іноземних читачів.

Дослідження цього аспекту є важливим для глибшого розуміння міжнародної комунікації та позиціонування України на глобальному рівні. Воно дозволяє визначити, які саме мовні засоби і культурні маркери є найбільш ефективними для побудови позитивного іміджу країни, а також як ці засоби можуть бути використані в дипломатії, міжнародних відносинах та культурній політиці. У сучасних умовах глобалізації, коли медіа мають величезний вплив на формування громадської думки, розуміння лінгвокультурних аспектів є ключовим для успішного позиціонування України на міжнародній арені.

Крім того, дослідження образу країни в лінгвокультурному контексті може мати практичне значення для розробки стратегій комунікації на міжнародному рівні. Воно може допомогти українським державним органам, громадським організаціям і медіа краще зрозуміти, як ефективно комунікувати з міжнародною аудиторією, як уникати негативних стереотипів і як підсилювати позитивні аспекти образу України у світі. Таким чином, лінгвокультурологічний підхід до аналізу образу країни не лише збагачує теоретичні знання, але й має вагомим практичне значення для просування національних інтересів на міжнародному рівні.

## **1.2. Теорія медіа та її вплив на формування образів**

Медіа, як один з найпотужніших інструментів сучасного інформаційного суспільства, відіграють ключову роль у формуванні суспільної думки, сприйнятті подій та створенні образів країн, лідерів та ідей. Це багатофункціональний і складний механізм, який включає в себе різноманітні засоби передачі інформації, від традиційних друкованих видань до сучасних цифрових платформ і соціальних мереж. Кожен з цих медіа-каналів має свою специфіку впливу на аудиторію, що



залежить від форми подачі інформації, типу контенту та способу його поширення [63, с. 25].

Традиційні медіа, такі як газети, журнали, телебачення та радіо, протягом багатьох десятиліть формували основи суспільної думки, впливаючи на сприйняття громадян і їхнє ставлення до подій, явищ і персоналій. Ці канали були і залишаються важливими джерелами новин, аналітики та коментарів, які можуть формувати або змінювати громадську думку. Важливість традиційних медіа полягає у їхній здатності досягати широкої аудиторії та надавати інформацію в структурованому і перевіреному форматі [66, с. 76].

З іншого боку, з розвитком інтернету і цифрових технологій з'явилися нові форми медіа, такі як онлайн-платформи, соціальні мережі, блоги та відеохостинги. Ці платформи характеризуються високою швидкістю поширення інформації та можливістю залучати користувачів до активної взаємодії, що дозволяє їм безпосередньо впливати на процес формування суспільної думки. Цифрові медіа дають можливість будь-якому користувачеві не тільки споживати інформацію, але й створювати та поширювати її, що значно розширює можливості для впливу на громадську думку. У цьому контексті соціальні мережі відіграють особливу роль, оскільки вони дозволяють інформації швидко поширюватися в режимі реального часу, створюючи нові реалії інформаційного простору.

Медіа теорії пропонують різні підходи до розуміння того, як інформація передається, обробляється та впливає на аудиторію. Наприклад, теорія «установки порядку денного» (agenda-setting) стверджує, що медіа не тільки повідомляють про події, але й визначають, які з них вважаються важливими, впливаючи на те, про що думає і говорить суспільство. Інша важлива концепція – теорія культивування (cultivation theory) – досліджує, як постійний вплив медіа-контенту формує уявлення про реальність у глядачів. Наприклад, постійне висвітлення певних тем у новинах може призводити до того, що аудиторія починає сприймати ці теми як домінуючі у суспільстві, навіть якщо вони не відображають дійсність [69, с. 12].

Політична іміджологія як складова теорії медіа акцентує увагу на важливості медіа у формуванні політичних образів і репутацій, особливо в контексті

глобалізованого світу. Вона досліджує, як засоби масової інформації можуть створювати та підтримувати образи політичних лідерів, партій, націй і держав. Важливим аспектом політичної іміджології є аналіз того, як медіа впливають на політичний дискурс, формуючи громадську думку та впливаючи на виборчий процес. Н.В. Барна підкреслює, що медіа мають здатність не лише відображати, але й конструювати політичну реальність, створюючи образи, які можуть впливати на політичні рішення як всередині країни, так і на міжнародній арені [4, с. 15].

Медіа, завдяки своїй всеохоплюючій присутності в житті суспільства, є потужним інструментом впливу на суспільну думку та формування образів. Розуміння теорій медіа і того, як вони впливають на сприйняття інформації, є ключовим для аналізу сучасних комунікаційних процесів і визначення способів ефективного використання медіа в побудові позитивних образів як окремих особистостей, так і цілих націй [72, с. 151].

Теорія масової комунікації розглядає процес передачі інформації від джерела до масової аудиторії через різні канали комунікації, охоплюючи як традиційні, так і сучасні цифрові платформи. Цей процес є багатограним і включає не тільки механічну передачу повідомлень, але й складний процес їхньої інтерпретації та впливу на свідомість людей [41, с. 54].

В.В. Різун (2008) у своїй роботі наголошує, що масова комунікація є не лише процесом передачі інформації, але й потужним механізмом формування суспільних настроїв, ідей і образів, які здатні впливати на широкий спектр соціальних і культурних явищ [52, с. 43].

Масова комунікація має здатність формувати, змінювати та підтримувати певні образи в колективній свідомості, впливаючи на те, як аудиторія сприймає конкретні події, країни або особистості. Цей процес можна розглядати як двонаправлений: з одного боку, медіа відображають існуючі суспільні настрої та уявлення, з іншого боку — активно формують їх, створюючи нові образи та ідеї, які можуть з часом стати домінуючими. Таким чином, медіа можуть діяти як інструмент, що визначає порядок денний для суспільства, формуючи рамки, в яких сприймаються і оцінюються події [50, с. 24].

В. Лизанчук (2015) підкреслює, що медіа відіграють не тільки інформаційну, але й психологічну роль, впливаючи на емоції, уявлення та переконання аудиторії. Цей вплив може бути як негайним, так і довготривалим, змінюючи спосіб, у який люди розуміють і реагують на світ навколо них. Психологічний вплив медіа виявляється в їх здатності створювати певні емоційні реакції на інформаційні події, які в свою чергу впливають на поведінкові установки та дії аудиторії [41, с. 54]. Наприклад, постійне висвітлення конфліктів, катастроф або інших кризових ситуацій може викликати у глядачів почуття тривоги, страху або навіть агресії. Ці емоційні реакції можуть бути використані медіа для підтримки або формування певних політичних наративів або соціальних установок. В. Лизанчук також зазначає, що через свою здатність впливати на колективну свідомість медіа можуть формувати уявлення про національну ідентичність, суспільні цінності та моральні норми, що є ключовими елементами соціальної структури [41, с. 55].

Завдяки своїй здатності охоплювати велику аудиторію та впливати на громадську думку, масова комунікація стає важливим інструментом у руках тих, хто володіє медіа. Це робить її не тільки засобом передачі інформації, але й засобом контролю і маніпуляції свідомістю людей. Важливість цього аспекту підкреслюється в численних дослідженнях, які показують, що медіа можуть впливати на виборчі кампанії, формувати громадську думку щодо певних соціальних проблем, а також створювати або руйнувати репутації публічних осіб та інституцій [25, с. 2].

Соціологія медіа є однією з ключових галузей дослідження в сучасній соціології, яка вивчає взаємодію між засобами масової інформації та суспільством, аналізуючи, яким чином медіа впливають на соціальні структури, культурні норми та ідентичності. Це дослідження охоплює широкий спектр питань, включаючи вплив медіа на громадську думку, соціалізацію, політичні процеси та культурні зміни. Медіа не просто відображають реальність, вони активно її конструюють, створюючи нові соціальні контексти та значення, які формують сприйняття суспільства [28, с. 15].

D. Barrat (2008) у своїй книзі "Media Sociology" підкреслює, що медіа є важливими агентами соціалізації, які впливають на формування цінностей,

переконань та поведінкових норм у різних соціальних групах. Він зазначає, що медіа можуть як підтримувати існуючі соціальні структури, так і сприяти їх змінам [63, с. 15]. Це означає, що медіа можуть бути використані як засіб збереження статус-кво в суспільстві, підтримуючи домінуючі ідеології та соціальні порядки. Водночас, медіа можуть виступати як інструмент соціальних змін, підриваючи усталені норми та сприяючи розвитку нових форм соціальної взаємодії.

Одним з важливих аспектів соціології медіа є аналіз того, як медіа впливають на формування соціальної ідентичності. Медіа мають здатність конструювати уявлення про те, ким ми є, ким ми повинні бути, і як ми повинні взаємодіяти з іншими. Ці уявлення формуються через постійний потік інформації, який медіа передають аудиторії, включаючи новини, рекламу, розважальні програми та соціальні мережі. Наприклад, через медіа суспільство отримує уявлення про гендерні ролі, расові відносини, національну ідентичність та інші ключові аспекти соціального життя.

D. Barrat також підкреслює, що медіа можуть впливати на культурні норми, створюючи або змінюючи уявлення про те, що вважається прийнятним або бажаним у суспільстві. Це може стосуватися як поведінкових норм, так і етичних стандартів. Наприклад, медіа можуть сприяти поширенню нових модних тенденцій або формувати суспільне ставлення до певних соціальних явищ, таких як екологічні питання, права людини або технологічні інновації [63, с. 15].

Важливим аспектом соціології медіа є також дослідження того, як медіа впливають на політичні процеси та громадянську активність. Медіа можуть мобілізувати громадську думку, формувати політичні дискурси та впливати на виборчі кампанії. Вони можуть слугувати платформою для вираження політичних поглядів та участі в демократичних процесах, але також можуть бути використані для маніпуляції громадською думкою та контролю над інформацією [20, с. 164].

Цей підхід важливий для розуміння того, як засоби масової інформації можуть створювати образи, які впливають на національну ідентичність та міжнародний імідж країн. Наприклад, медіа можуть формувати образ нації, створюючи позитивні або негативні стереотипи, які впливають на міжнародне сприйняття цієї країни. Такі

образи можуть мати значний вплив на міжнародні відносини, економічні зв'язки та культурні обміни. В сучасному глобалізованому світі, де медіа мають безпрецедентний доступ до масової аудиторії, розуміння їхньої ролі у формуванні національних образів є критично важливим для успішного позиціонування країн на світовій арені [44, с. 2].

Таким чином, соціологія медіа пропонує глибокий аналіз того, як засоби масової інформації впливають на суспільство, формуючи соціальні структури, ідентичності та культурні норми. Вона надає важливі інструменти для розуміння ролі медіа в сучасному світі і їхнього впливу на формування суспільної свідомості та міжнародного іміджу країн.

Мас-медіа відіграють центральну роль у формуванні образів країн в міжнародному просторі, оскільки вони мають здатність впливати на широкі маси людей, формуючи їхні уявлення про інші держави. Цей вплив стає особливо помітним у контексті глобалізації, коли доступ до інформації значно полегшений, а повідомлення можуть досягати міжнародної аудиторії за лічені секунди. У цьому контексті медіа виступають як могутній інструмент, що може як зміцнювати позитивний імідж країни, так і створювати негативні асоціації, які можуть вплинути на її міжнародний статус і відносини [22, с. 15].

М. R. Jalilvand (2017) у своїй статті підкреслює, що формування образу дестинації (країни) може бути значно впливовішим через «сарафанне радіо» та мас-медіа, які створюють стійкі асоціації і образи в свідомості споживачів [72, с. 151]. Медіа, через свою здатність транслювати інформацію широкій аудиторії, можуть швидко створювати образи, які залишаються в свідомості на тривалий час. Наприклад, висвітлення кризових ситуацій, природних катастроф або політичних конфліктів може надовго закарбувати в пам'яті міжнародної аудиторії негативні асоціації з певною країною. З іншого боку, позитивне висвітлення культурних досягнень, економічного прогресу чи туристичних привабливостей може сприяти формуванню сприятливого образу країни, що стимулює економічні інвестиції та туристичні потоки [21, с. 5].

О. Boyd-Barrett та Р. Braham (1987) у своїй роботі "Media, Knowledge, and

Power" розглядають вплив медіа на формування знань і влади, зазначаючи, що медіа є інструментом, який може формувати громадську думку та політичні рішення [66, с. 22]. Медіа здатні маніпулювати інформацією таким чином, щоб створювати вигідні для певних політичних або економічних інтересів образи країн. Наприклад, у ході політичних виборів або міжнародних конфліктів, медіа можуть підсилювати або, навпаки, применшувати певні аспекти діяльності держав, що впливає на те, як ця держава сприймається на міжнародній арені. Це може мати довготривалі наслідки для міжнародних відносин, оскільки негативний імідж може призвести до ізоляції країни, зменшення інвестицій або навіть до введення санкцій [61, с. 48].

Крім того, медіа мають вирішальне значення для культурного обміну та дипломатичних відносин. Через позитивне висвітлення культурних заходів, міжнародних конференцій або співробітництва у сфері освіти медіа можуть сприяти розвитку міжкультурного діалогу і зміцненню міжнародних зв'язків. Цей вплив медіа на міжнародний імідж країни є особливо важливим у сучасному світі, де інформація стає однією з головних складових сили і впливу на міжнародній арені [6, с. 292].

Bryant і Finklea (2022) у своїй книзі "Fundamentals of Media Effects" глибоко аналізують різноманітні ефекти, які засоби масової інформації можуть мати на аудиторію. Одним з ключових аспектів, на яких зосереджені дослідники, є здатність медіа формувати довготривалі упередження, які можуть значною мірою впливати на сприйняття окремих подій, груп людей або навіть цілих націй. Вони зазначають, що медіа не лише передають інформацію, але й активно беруть участь у формуванні уявлень і стереотипів, які можуть тривати роками або навіть десятиліттями [69, с. 32].

Медіа можуть створювати та підсилювати упередження через вибіркове висвітлення певних аспектів реальності, підкреслення негативних або позитивних характеристик певних груп або явищ. Наприклад, постійне висвітлення кримінальних новин, пов'язаних з певною етнічною або соціальною групою, може призвести до формування стійких негативних стереотипів щодо цієї групи в суспільній свідомості. Ці упередження можуть впливати на поведінку людей, їхні міжособистісні стосунки та навіть на політичні рішення [11, с. 53].

Ще одним важливим аспектом є вплив медіа на зміну поведінки.

Медіа можуть безпосередньо впливати на те, як люди поведуться в певних ситуаціях, спонукаючи їх до певних дій або, навпаки, до уникнення певних дій. Це може відбуватися через механізми моделювання поведінки, де люди копіюють поведінку, яку бачать у медіа, або через зміну ставлення до певних дій або явищ. Наприклад, соціальна реклама, спрямована на зменшення куріння або сприяння здоровому способу життя, може значно змінити поведінкові установки аудиторії, що, у свою чергу, призведе до змін у поведінці [67, с. 1259].

Важливим є також те, що медіа можуть впливати на формування колективної ідентичності. Bryant і Finklea зазначають, що через медіа суспільство отримує уявлення про те, що є «нормальним» або «відхиленням» у певному культурному контексті [69, с. 22]. Медіа здатні створювати образи, які відображають колективні цінності, історичну пам'ять та ідеї, що формують національну ідентичність. Вони також можуть підсилювати почуття належності до певної соціальної або культурної групи, формуючи таким чином колективну ідентичність, що стає основою для соціальної інтеграції або, навпаки, для соціальних конфліктів [26, с. 2].

Здатність медіа мати як безпосередній, так і відстрочений вплив на суспільство є однією з головних тем дослідження Bryant і Finklea. Вони вказують на те, що медіа можуть створювати образи та ідеї, які вкорінюються в свідомості людей і залишаються актуальними навіть після того, як медійне висвітлення певної події або явища припиняється. Цей відстрочений ефект може бути особливо важливим у політичному контексті, коли медіа створюють певні наративи, які впливають на виборчі кампанії, міжнародні відносини або соціальні рухи [69, с. 23].

Теорія медіа, зокрема концепція медіаефектів, є одним із найважливіших інструментів для розуміння того, як засоби масової інформації формують і впливають на образи країн на міжнародній арені. Вплив мас-медіа не обмежується лише передачею інформації; вони також виступають як активні учасники у формуванні суспільної свідомості, задаючи рамки для сприйняття і інтерпретації подій, явищ та країн. Цей вплив є особливо важливим у сучасному глобалізованому світі, де медіа стали невід'ємною частиною міжнародних комунікаційних процесів,

що мають здатність впливати на політичні, економічні та культурні взаємодії між державами [36, с. 45].

Завдяки своїй здатності охоплювати величезні аудиторії, мас-медіа створюють наративи, які можуть формувати довготривалі образи країн. Ці образи можуть мати як позитивний, так і негативний характер, залежно від того, як країна представлена в медіа. Наприклад, країни, які висвітлюються в позитивному ключі через досягнення в галузі науки, культури, спорту чи економіки, можуть розглядатися міжнародною спільнотою як надійні партнери і лідери в певних сферах. З іншого боку, країни, які часто асоціюються з політичними кризами, конфліктами чи порушеннями прав людини, можуть стикатися з негативним міжнародним іміджем, що ускладнює їхні дипломатичні та економічні відносини з іншими державами [73, с. 21].

Медіаефекти відіграють вирішальну роль у тому, як країни сприймаються на міжнародному рівні. Теорія культивування, наприклад, стверджує, що тривале і повторюване висвітлення певних тем у медіа може впливати на сприйняття реальності аудиторією. Це означає, що постійне висвітлення певної країни в контексті негативних подій може формувати стійкий образ цієї країни як проблемної чи небезпечною. Такий образ може вплинути на рішення міжнародних інвесторів, туристів або урядів інших країн щодо співпраці з цією державою [74, с. 34].

Інший аспект теорії медіа, що впливає на формування образів країн, полягає у здатності медіа створювати "медіа-реальність" – специфічну версію дійсності, яка відображається в новинах, репортажах і аналітичних матеріалах. Ця "медіа-реальність" може суттєво відрізнитися від реальної ситуації, але вона стає домінуючою у свідомості аудиторії завдяки широкому розповсюдженню і повторюваності медійного контенту. Такі процеси особливо небезпечні в умовах інформаційних війн, коли медіа стають інструментом маніпуляції громадською думкою і формування образів "ворогів" чи "друзів" серед країн [49, с. 112].

Вплив мас-медіа на міжнародну політику також не можна недооцінювати. Політичні рішення часто приймаються під впливом медійного висвітлення певних подій або криз. Наприклад, міжнародний тиск на уряди через висвітлення порушень прав людини або військових конфліктів може призвести до дипломатичних санкцій,



економічного бойкоту або втручання міжнародних організацій. У таких випадках медіа виконують роль "четвертої влади", здатної впливати на політику держави через формування громадської думки і міжнародного тиску [60, с. 22].

Економічні зв'язки між країнами також значною мірою залежать від того, як ці країни представлені в медіа. Позитивний імідж країни може залучати міжнародних інвесторів, сприяти розвитку туризму та підвищенню експорту. Негативний імідж, навпаки, може відлякати потенційних партнерів і знизити економічну привабливість країни на міжнародній арені [7, с. 39].

Культурні відносини між країнами також формуються під впливом медіа. Через медіа країни можуть популяризувати свою культуру, мову, традиції, що сприяє зміцненню культурних зв'язків і взаєморозуміння між народами. У сучасному світі, де культура часто стає інструментом "м'якої сили", медіа відіграють важливу роль у просуванні культурних цінностей і формуванні позитивного міжнародного іміджу.

Таким чином, теорія медіа і медіаефекти мають глибокий і багатогранний вплив на формування образів країн, що може суттєво впливати на міжнародну політику, економічні зв'язки та культурні відносини. Медіа виступають не лише джерелом інформації, але й формують колективне уявлення про події, особистості та нації, через що можуть активно впливати на сприйняття країни на світовій арені [34, с. 17].

Медіаефекти проявляються через різні механізми, такі як *agenda setting* (визначення порядку денного), коли медіа вирішують, які питання будуть найбільш важливими для громадськості. Наприклад, часте висвітлення теми конфліктів або корупції в Україні створює уявлення про країну як про нестабільну і проблемну. Натомість акцент на реформах, економічному зростанні та європейських прагненнях формує більш позитивний імідж. Цей процес, відомий як *framing* (формування рамок), визначає не тільки, що буде обговорюватися, але й як саме це буде представлено [53].

Медіа також активно беруть участь у процесі побудови національних ідентичностей та політичних дискурсів. Через постійне повторення певних наративів, таких як «Україна — форпост демократії», або «Україна — країна, що

страждає від корупції», створюються стереотипи, які можуть як допомагати країні, так і шкодити їй. Це має безпосередній вплив на міжнародну політику, оскільки ці образи можуть впливати на рішення урядів та організацій щодо економічної та політичної підтримки, санкцій або інших заходів [55].

У глобалізованому світі, де інформація поширюється з величезною швидкістю, медіа ефекти мають ще більший вплив. Країни, які ефективно використовують медіа для створення позитивного іміджу, можуть досягти значного прогресу у сфері міжнародної співпраці, інвестицій і культурного обміну. Навпаки, країни, які не контролюють власний медіапростір або дозволяють негативним наративам домінувати, можуть зіткнутися з ізоляцією, економічними втратами та політичними труднощами [56, с. 2].

Розуміння цих процесів є ключовим для аналізу сучасної міжнародної комунікації та побудови ефективних стратегій у глобалізованому світі. Уряди, міжнародні організації та медіаактори мають враховувати важливість медіаефектів при формуванні зовнішньої політики, плануванні дипломатичних кроків та розробці комунікаційних стратегій. Успішне управління медійними процесами може сприяти зміцненню міжнародних відносин, підвищенню економічних зв'язків та поглибленню культурної співпраці, тоді як ігнорування цього аспекту може призвести до серйозних дипломатичних та економічних проблем.

### **1.3. Особливості функціонування англомовних мас-медіа**

Наприкінці ХХ – початку ХХІ століття засоби масової інформації зазнали значних змін під впливом стрімкого розвитку інформаційно-комунікаційних мережевих технологій. Це стосується як глобальних, так і національних медіасистем. Зростання значення мас-медіа у формуванні масової свідомості та вплив на ключові аспекти людської свідомості, такі як світогляд, моральні, культурні, політичні та релігійні настанови, стали невід'ємною частиною суспільного життя. Відповідно, це призвело до підвищення інтересу серед мовознавців до процесів текстотворення у масмедійному дискурсі, що зумовлює актуальність запропонованого дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Феномен масмедійного дискурсу

привернув увагу багатьох зарубіжних та вітчизняних вчених, таких як Т. Добросклонська, Г. Євсєєва, В. Карасик, М. Жовтобрюх, А. Коваль, Є. Кожемякіна, Л. Кудрявцева, А. Полонський, О. Пономарів, О. Селіванова, О. Чередниченко, А. Bell, A. Durant, M. Lambrou та інші. Вважається, що масмедійний дискурс не тільки відображає історичний контекст та культурні відмінності певного народу чи етнічної спільноти, але також відіграє ключову роль у формуванні суспільного та політичного життя. Це зумовлює актуальність дослідження комунікативних функцій мови масмедіа.

Мас-медіа в англomовних країнах мають великий вплив на формування громадської думки та визначення суспільних наративів. Англomовні медіа, такі як газети, журнали, телебачення та онлайн-платформи, функціонують у тісній взаємодії з глобальною мережею і відіграють важливу роль у формуванні суспільної свідомості як на національному, так і на міжнародному рівні. Наприклад, журнал "The Economist", який публікується у Великобританії з 1843 року, є одним з найвпливовіших медійних видань, що висвітлює світові події з аналітичної точки зору [69].

Однією з ключових характеристик англomовного масмедійного дискурсу є висока ступінь стандартизації мовних засобів, що використовується в текстах новин. Це дозволяє медіа легко адаптуватися до вимог аудиторії різних країн, що, в свою чергу, робить їхні матеріали зрозумілими та доступними для широкого кола читачів.

Новинний дискурс являє собою сукупність процесів і продуктів мовленнєвої діяльності у сфері масової комунікації, що впливає на сприйняття аудиторії та формування суспільної думки [72, с. 151].

Суспільно-політичні тексти англomовних медіа відрізняються не лише об'єктивністю викладу, але й особливою увагою до фактологічності та точності. Це пов'язано з тим, що завданням медіа є не лише передача інформації, але й вплив на аудиторію з метою формування певних переконань і настанов. З цією метою використовуються різні риторичні прийоми, що допомагають підсилити емоційний вплив на читача [11, с. 53]

Журналісти та автори англomовних медійних текстів формують у своєму

контенті певні оцінки подій та явищ, що активно інтегруються в масову свідомість з метою здійснення на неї впливу. Завдання вважається повністю виконаним, коли аудиторія такого медійного контенту формує власну думку, яка співпадає з загальноприйнятою, при цьому вважаючи, що вони самостійно дійшли до цього висновку. Такі оцінки подій та явищ, як правило, містять у собі світоглядну орієнтацію, що спрямована на формування певної системи цінностей. Ця функція журналістики передбачає високий рівень відповідальності журналіста, і тому особливу важливість набувають вимоги до професіоналізму у журналістській діяльності [46].

Однак, аналізуючи особливості функціонування англomовних медійних текстів, слід звернути увагу на складність автоматизованого перекладу, оскільки навіть найсучасніші технології не здатні повністю розпізнати та відтворити оцінкові домінанти, закладені у текст журналістом. Ці домінанти часто є ключовими для формування певного світогляду та системи цінностей аудиторії, що потребує ретельного підходу під час перекладу.

З огляду на це, значення комунікативно адекватного та еквівалентного перекладу англomовних медійних джерел значно зростає. Особливо це стосується новин у таких сферах, як політика, громадські питання, наука, культура, економіка, геополітика та фінанси, де кожне слово та вираз можуть мати серйозний вплив на сприйняття інформації. Переклад повинен бути функціонально точним, відобразити ідеї оригінального тексту без суттєвих викривлень, але водночас залишатися зрозумілим та стилістично відповідним для аудиторії.

Таким чином, перекладачам важливо враховувати не лише лексичну та граматичну відповідність, але й прагматичний контекст, що забезпечує збереження комунікативної спрямованості тексту. Це підкреслює необхідність високого рівня професіоналізму у сфері медійного перекладу для забезпечення ефективного міжкультурного обміну та точного відтворення інформації.

Основною характеристикою новинного тексту є його функціональний потенціал переконання читача в достовірності наданої інформації. Як зазначає Л. Дускаєва у своїх дослідженнях типології мовленнєвих жанрів медіа, основним

завданням таких текстів є створення відчуття правдивості та викликання довіри до повідомлення. Емоційний вплив новин досягається через підкреслення достовірності фактів і підтримання постійного інтересу до змісту, що обумовлює особливий стиль написання [25, с. 2].

Новинні тексти відрізняються чіткою фактологічністю, що проявляється у строгому і точному викладі матеріалу, витриманому та лаконічному стилі мови. Важливим елементом є об'єктивність, яка досягається шляхом мінімізації авторського втручання та виразності "я" журналіста. У таких текстах оцінки або судження зазвичай належать не автору, а учасникам подій, політичним діячам чи експертам, що забезпечує нейтральність і відстороненість.

Крім того, важливою особливістю є слабо виражений емоційний аспект, що дозволяє уникати впливу на сприйняття читача через надмірну суб'єктивність. Однак, журналіст грає активну роль у структуризації тексту: він уточнює, доповнює, а іноді акцентує окремі комунікативно значущі частини для уникнення непорозумінь або сумнівів щодо достовірності викладених фактів. Це особливо важливо в сучасному інформаційному середовищі, де ключовим фактором успіху новинного тексту є довіра аудиторії.

Таким чином, новинні тексти мають особливу мовну організацію, спрямовану на підтримання довіри до інформації та створення ефективного емоційно-логічного зв'язку з аудиторією. Їхня структура та мовленнєві засоби формують специфічний жанровий підхід, який визначає їх унікальність і значущість у системі медійної комунікації [62, с. 18].

Завдяки розвитку інформаційно-комунікаційних технологій, аудиторія має доступ до новинних ресурсів в будь-який час і з будь-якого місця, що значно посилює роль англomовних медіа у глобальному інформаційному просторі. Проте, переклад англomовних новинних текстів на інші мови вимагає високого рівня професіоналізму, оскільки важливо не тільки передати зміст тексту, але й зберегти його комунікативну функцію [65, с. 34].

Медійні тексти прагнуть дотримуватися принципу максимальної об'єктивності, що передбачає уникнення суб'єктивних оцінок та емоційного

забарвлення. Це дозволяє забезпечити нейтральність подачі інформації, надаючи читачам можливість самостійно сформулювати власну думку про події чи явища. Такий підхід спрямований на підтримання довіри аудиторії до медіа, особливо в умовах сучасного інформаційного перенасичення [64, с. 19].

Особливістю медійних текстів є акцент на фактичному матеріалі, що подається у строгому та лаконічному стилі. Використання документально підтверджених даних та об'єктивних свідчень є основним інструментом для забезпечення достовірності викладеної інформації. Зменшення ролі авторського "я" та уникнення явних оцінкових суджень підкреслює професійність підходу до підготовки матеріалів.

При цьому важливим завданням є збереження інтересу аудиторії, що досягається за рахунок структурованості тексту, ясності викладу та акцентування уваги на ключових моментах. Журналісти створюють текст таким чином, щоб він був зрозумілим для широкої аудиторії, але не втрачав інформаційної насиченості та значущості.

Таким чином, об'єктивність є основною характеристикою медійних текстів, що сприяє формуванню позитивного іміджу медіа як надійного джерела інформації. Такий підхід допомагає встановити довгострокові довірчі відносини з аудиторією, які є ключовими для успішного функціонування сучасних мас-медіа [61, с. 44].

Отже, медійні тексти використовують різні мовні засоби для ефективної комунікації з широкою аудиторією, одночасно забезпечуючи нейтральність та об'єктивність подачі інформації.

У статті Гайдук Н. А. та Хоровець В. Є. (2023) "Лінгвістичні особливості англійських медійних текстів та способи їх перекладу українською мовою" аналізуються мовні особливості англійських медійних текстів з акцентом на лексичну та стилістичну різноманітність новинних матеріалів, представлених у таких виданнях, як журнал «The Economist». Дослідники детально розглядають специфіку текстів цього щотижневого видання, яке належить британській медіакомпанії The Economist Group та виходить друком у Великобританії з 1843 року. Лексика, яка використовується в новинних матеріалах журналу, варіюється залежно від тематики статей, що охоплюють різноманітні розділи, такі як: "This

Week's World," "Leaders," "Letters," "The Briefing," "United States," "The Americas," "Asia," "China," "Middle East & Africa," "Europe," "Britain," "International News," "Business," "Finance & Economics," "Science & Technology," "Books & Arts," "Graphic Detail," "Obituary," "Special Reports," "Technology Quarterly," "Essay," "By Invitation," "Briefings on Schools," "The World Ahead 2022," "What If?," "Opening the Future," and "The Economist Explains."

Якщо розглядати загальну тематичну спрямованість статей журналу, можна виділити такі основні категорії: COVID-19, Climate, Religion, Politics, Business, Society, Situations in Specific Countries or Regions, Scandals, Science and Technology, Literature, Culture, Arts.

Загалом можна стверджувати, що мова, яка використовується у текстах новин на вказані теми, формується з орієнтацією на масову аудиторію, що передбачає доступність, зрозумілість і збереження нейтрального тону. Такий підхід дозволяє охопити широку читацьку аудиторію, незалежно від її професійного чи соціального рівня, і забезпечити чітке сприйняття викладеної інформації. Проте, навіть за умов нейтральності та об'єктивності текстів, журналісти активно використовують суспільно-політичну термінологію, яка дозволяє акцентувати увагу на ключових аспектах подій та явищ.

Використання суспільно-політичних термінів сприяє створенню фаховості та точності викладу, підкреслюючи серйозність і значущість подій, про які йдеться. Такі терміни додають текстам новин авторитетності, дозволяючи журналістам ефективно впливати на формування громадської думки. Крім того, вони допомагають структурувати інформацію, виділяючи основні тенденції у політичній, економічній, науковій чи культурній сферах.

Однак використання спеціалізованої термінології завжди збалансоване, аби уникнути перевантаження тексту складними поняттями, які можуть ускладнити розуміння для звичайного читача. Журналісти в таких випадках часто доповнюють або пояснюють терміни, якщо це необхідно для точності викладу. Таким чином, мова новин виконує одночасно інформативну, пояснювальну та впливову функції, орієнтуючись на збереження інтересу масової аудиторії [29, с. 32].

Суспільно-політичні терміни з'являються в мові подібним чином, як і одиниці інших лексико-семантичних підсистем літературної мови. Дослідження лінгвістів показують, що понад 65% нових слів, які виникли протягом останніх десятиліть в результаті словотворчих процесів, були утворені через афіксацію та словоскладання. Такі дослідження суспільно-політичної термінології англійської мови здійснював лінгвіст Р. А. Калениченко. Він вказує, що номінація суспільно-політичних термінів базується на таких способах словотвору, як афіксація, словоскладання та скорочення [31, с. 14].

Таким чином, аналіз особливостей функціонування англомовних мас-медіа демонструє їхню здатність створювати потужні наративи, що не лише формують громадську думку, а й впливають на ключові аспекти міжнародного дискурсу. Завдяки точному добору лексичних засобів, ці медіа успішно відображають актуальні суспільно-політичні реалії, культурні особливості та національну ідентичність англомовних країн. Лексика є не просто інструментом передачі інформації, а потужним засобом створення смислового поля, що підсилює ідеологічні та культурні меседжі.

Особливу роль відіграє адаптація мови до специфіки цільової аудиторії. Слова та вирази, які використовуються в медійних текстах, мають не лише пряму семантику, а й приховані конотації, здатні викликати певні емоційні реакції чи асоціації. Це робить важливим ретельне вивчення контексту, в якому функціонує той чи інший текст, адже його зміст може варіюватися залежно від соціального, політичного чи культурного середовища.

Англомовні мас-медіа також мають значний вплив на формування глобальних наративів, зокрема через інтерпретацію міжнародних подій і тенденцій. Вони здатні посилювати або нівелювати певні ідеї, що може сприяти зміцненню чи послабленню міжнародних відносин. Крім того, завдяки своїй популярності та широкій аудиторії, англомовні медіа формують уявлення про інші культури, підтримуючи міжкультурний обмін і взаєморозуміння [34, с. 67].

Отже, дослідження мови та контексту англомовних медійних текстів є не лише лінгвістично важливим, а й стратегічно значущим для розуміння їхнього впливу на



суспільну свідомість. Увага до цих аспектів дозволяє глибше усвідомити, як інформаційний контент формує уявлення про сучасний світ і впливає на його розвиток.

У контексті перекладу таких текстів необхідно враховувати не лише семантику, але й прагматику, щоб адекватно передати зміст, зберігши стилістичну та культурну специфіку. Англomовні медіа вирізняються інтенсивним використанням метафор, ідіом та інших лексичних засобів, що додають текстам виразності, але ускладнюють їх розуміння для носіїв інших мов.

Таким чином, дослідження англomовних медійних текстів є не лише важливим для кращого розуміння їхньої структури та функцій, а й для вдосконалення практик міжкультурної комунікації, зокрема у сфері перекладу, що сприяє підвищенню ефективності міжнародного інформаційного обміну.

#### **1.4. Роль лінгвокультурних аспектів у формуванні образу країни**

Лінгвокультурні аспекти відіграють надзвичайно важливу роль у формуванні та підтримці образу країни на міжнародній арені, оскільки вони відображають унікальність національної ідентичності через мову, культурні традиції, історичні наративи та соціальні норми. Цей процес охоплює складну взаємодію між мовними, культурними та соціальними чинниками, які визначають те, як країна сприймається іншими державами та народами [1, с. 45].

Міжнародний імідж будь-якої країни підтверджує її політичне та економічне значення, успіх і високий культурний рівень, а також виступає індикатором її авторитету і успіху на міжнародній арені. Позитивний імідж країни має позитивну кореляцію зі сприйняттям країни як іншими державами, так і її власними громадянами. Імідж країни важливий не лише з точки зору національної гордості її громадян, але й з точки зору інвестицій у країну з боку іноземних юридичних та фізичних осіб [24, с. 32].

Позитивний імідж може покращити міжнародне сприйняття країни і, таким чином, допомогти у встановленні вигідних контрактів та проведенні економічної політики. Негативний імідж, навпаки, може поставити під загрозу встановлення

стабільних міжнародних відносин і створити підґрунтя для майбутніх конфліктів [1, с. 46].

Держава є надзвичайно складним об'єктом для створення іміджу з нуля, оскільки її імідж значною мірою базується на традиційному сприйнятті, тобто на досвіді багатьох поколінь. Історично сформований імідж неймовірно важко змінити. О. Онопрієнко стверджує, що поширені в деяких суспільствах переконання, пов'язані з певною країною, можуть бути змінені лише в результаті радикальної зміни ситуації в країні або внаслідок надзвичайної ситуації: війни, державного перевороту, масштабного терористичного акту тощо. Сьогодні спостерігається тенденція до зростання інтересу серед людей у збереженні своєї національної ідентичності та культурних особливостей. Регіональні особливості, національні традиції, історична пам'ять народу, ідеологія та світогляд формують комплексний образ, на основі якого ідентифікується певна країна серед світової спільноти. За останні п'ятдесят років технологічного прогресу, інформаційних війн та поширення інтернету на всі континенти визначилися певні тенденції як українського, так і глобального розвитку, серед яких варто відзначити перехід до постінформаційного суспільства, розширення масштабів міжкультурної взаємодії та необхідність збереження культурної ідентичності [45, с. 17].

Використання поняття «образ» стосовно держави стало поширеним з 1950-х років у контексті аналізу міжнародних відносин. Пріоритет у застосуванні цього поняття для пояснення причин ворожості між державами належить Кеннету Боулдингу. Він також довів існування національних образів «інших» держав у міжнародній системі [46, с. 22]

Проблеми формування іміджу або образу країни активно досліджуються в рамках економічних (наприклад, дослідження Саймона Анхолта) та політичних наук (зокрема, роботи Е.А. Галумова, Г.Г. Почепцова). Наукові доробки українських та закордонних фахівців у галузі державного управління становлять великий інтерес для вивчення цієї проблематики, серед них варто відзначити праці Є.В. Ромата, Е.Д. Сміта, Н.В. Хазратової [66, с. 33].

В умовах політичних, економічних та соціальних криз, що загострюються, і в

конкурентній боротьбі, до якої залучені практично всі розвинені держави світу, зростає конфліктогенність політичного комунікативного середовища. В таких умовах визначальними характеристиками могутності держави стають ефективність політики просування образу держави на міжнародній арені, механізми захисту і трансформації, а також дієвість кризових репутаційних стратегій [3, с. 45].

Основними суб'єктами формування політичного іміджу держави є її основні інститути влади: президент, парламент, уряд, судова влада, політичні партії, органи місцевого самоврядування. Хоча ці інститути іноді не працюють цілеспрямовано над створенням позитивного іміджу, їхня діяльність та політичні програми значно впливають на імідж як самих інституцій, так і держави в цілому. Крім того, засоби масової інформації та громадські об'єднання відіграють важливу роль у формуванні іміджу держави [5, с. 107].

Г. Г. Почепцов визначає три групи факторів, які формують образ держави: «умовно-статичні», «умовно-динамічні» соціологічні та «умовно-динамічні» інституційні. Він також пропонує структуру політичного іміджу держави, яка включає образ демократії, імідж влади, економіки, зовнішньополітичний імідж та імідж інформаційної політики держави [50, с. 38].

Проблема формування позитивного іміджу країни має велике значення у світовому контексті, адже від цього залежить не лише сприйняття держави міжнародною спільнотою, а й її впливовість, економічна привабливість та політична стабільність. У сучасному глобалізованому світі, де інформаційні потоки постійно перетинаються, формування стійкого та позитивного образу країни стає важливим елементом її стратегічного розвитку. Державний брендинг, у поєднанні з публічною дипломатією та міжнародними комунікаціями, відіграє ключову роль у цьому процесі, оскільки саме ці інструменти дозволяють створити цілісну, впізнавану і позитивну репутацію на міжнародній арені [51, с. 32].

Державний брендинг передбачає активну роботу над розбудовою національного іміджу, яка охоплює різноманітні аспекти, від економічного розвитку та культури до інновацій та туристичної привабливості. Це вимагає комплексного підходу, що включає не лише демонстрацію досягнень країни, але й ефективне

управління кризами, які можуть негативно впливати на її репутацію. У цьому контексті публічна дипломатія виступає потужним інструментом для побудови довіри, діалогу та взаєморозуміння між країнами.

Міжнародні комунікації, своєю чергою, сприяють розширенню обізнаності про державу, поширюючи позитивні меседжі через медіа, соціальні мережі та культурні заходи. Завдяки цим каналам країна має можливість підкреслити свої унікальні особливості, історичну спадщину, культурну ідентичність та сучасні досягнення. Ефективне використання міжнародних комунікацій також допомагає формувати стратегічні партнерства, залучати іноземні інвестиції та підтримувати стійкі дипломатичні відносини.

Таким чином, державний брендинг, публічна дипломатія та міжнародні комунікації разом створюють потужний фундамент для формування позитивного іміджу країни. Ці механізми дозволяють країні не лише зайняти гідне місце на світовій арені, але й ефективно просувати свої національні інтереси, зміцнюючи свою позицію у глобальному суспільстві [51, с. 32].

Мова не лише передає інформацію, але й закріплює культурні значення, що робить її ключовим інструментом у формуванні національного іміджу. Культурні елементи, виражені через мову, такі як метафори, символи, традиційні звичаї та історичні події, допомагають створити певний наратив про країну, який резонує з міжнародною аудиторією. Наприклад, використання символічних образів або історичних аналогій може впливати на сприйняття країни за кордоном, підсилюючи або змінюючи існуючі уявлення про неї [39, с. 18].

Соціальні аспекти, такі як політичні системи, економічні досягнення або суспільні рухи, також відіграють важливу роль у формуванні цього образу. Ці елементи стають основою для дискусій у міжнародних ЗМІ, об'єктами культурних заходів та темами дипломатичних контактів, що дозволяє країні більш ефективно впливати на своє сприйняття у світі. Наприклад, успіхи в економіці або політичні реформи можуть підсилювати позитивний імідж країни, тоді як внутрішні конфлікти або соціальні проблеми можуть створювати негативні асоціації [5, с. 107].

Завдяки лінгвокультурному підходу до створення національного іміджу, країна

може ефективніше позиціонувати себе на глобальному рівні. Це дозволяє посилювати позитивні стереотипи і водночас працювати над усуненням негативних асоціацій, що виникають у міжнародній спільноті. Використання мови як засобу комунікації та передачі культурних цінностей допомагає країні збудувати більш глибокі зв'язки з іншими державами, сприяючи розвитку міжнародної співпраці, культурного обміну та зміцненню дипломатичних зв'язків. Це є важливим для підтримки стабільного і позитивного міжнародного іміджу, який впливає на довіру, повагу і визнання країни на світовій арені. У дослідженнях, присвячених цій темі, наголошується на важливості розуміння того, як лінгвістичні елементи та культурні контексти впливають на створення позитивного або негативного іміджу країни в міжнародному інформаційному просторі [73].

І. С. Бондаренко досліджувала диференціацію гетерогенної лексики та гетерогенних елементів у сучасній англійській мові в контексті міжкультурної комунікації. Вона підкреслює, що різні мовні елементи, такі як екзотизми, мають суттєвий вплив на сприйняття іншої культури та нації. Наприклад, у текстах англомовних путівників екзотизми можуть бути використані для підкреслення унікальності певної країни, її культури та звичаїв, що сприяє формуванню специфічного образу цієї країни в очах іноземних туристів та читачів [8, с. 17].

Важливим аспектом у формуванні образу країни є також контент-аналіз, який досліджував Б.М. Юськів. Він описує, як мовні засоби в мас-медіа можуть впливати на міжнародне сприйняття країни, підкреслюючи, що образ країни формується не лише через безпосередню інформацію, але й через те, як ця інформація подається. Лінгвокультурні елементи відіграють важливу роль у цьому процесі, адже вони можуть як підсилювати позитивні риси країни, так і негативні [61, с. 40].

О. В. Бойко у своїх дослідженнях детально аналізує механізми формування зовнішнього іміджу України в англомовній пресі, акцентуючи увагу на впливі різноманітних лінгвокультурних чинників. Він зазначає, що англомовні медіа часто використовують специфічні мовні засоби, які сприяють створенню та поширенню стереотипів про Україну, що поступово закріплюються у свідомості міжнародної аудиторії. Бойко підкреслює, що такі засоби, як вибір лексики, контекстуальне

висвітлення подій та акцентування на певних аспектах новин, мають значний вплив на сприйняття країни за кордоном [6, с. 129].

Негативні новини про Україну часто перебільшуються або подаються у викривленому контексті, що сприяє формуванню негативного іміджу країни. Цей процес може бути підсилений через повторення певних негативних наративів, які поступово стають домінуючими в міжнародних медіа [6, с. 130]. Внаслідок цього, навіть окремі інциденти можуть набувати більшого значення, ніж вони мають насправді, що формує у міжнародній аудиторії стійке враження про Україну як про країну, що постійно перебуває у стані кризи або конфлікту. Це, в свою чергу, ускладнює формування позитивного іміджу країни та може мати довготривалі наслідки для її репутації на міжнародній арені [76, с. 57].

Дослідження лінгвокультурних аспектів у формуванні образу країни мають значний вплив на розуміння того, як держава сприймається на міжнародній арені. Лінгвокультурні чинники, такі як мова, культурні символи, національні традиції та соціальні норми, відіграють ключову роль у створенні та підтримці певного іміджу країни в очах інших націй. Ці чинники стають своєрідним культурним кодом, через який міжнародна спільнота сприймає країну, її політику, культуру та соціальні процеси [77, с. 2].

К. Brijis, J. Bloemer та Н. Kasper у своєму дослідженні розробили модель дискурсу, яка дозволяє глибше зрозуміти, як формуються, структуруються та функціонують образи країн у свідомості споживачів. Лінгвокультурні аспекти є центральними в цій моделі, оскільки саме через мову міжнародні медіа передають культурні значення, які стають основою для формування конкретних стереотипів та асоціацій, що впливають на загальне сприйняття країни. Ця модель демонструє, що мовні засоби не просто відображають реальність, але активно беруть участь у її конструюванні, створюючи образи, які можуть бути як позитивними, так і негативними.

Важливим є також те, що лінгвокультурні аспекти впливають на довгострокове сприйняття країни, формуючи стійкі асоціації, які можуть залишатися актуальними протягом тривалого часу. Мова як засіб передачі культурних значень стає основним

інструментом у процесі формування іміджу країни, впливаючи на те, як інші народи інтерпретують культурні, політичні та економічні реалії даної держави [68, с. 1259].

Враховуючи це, дослідження лінгвокультурних аспектів є важливим для стратегічного планування у сфері міжнародних відносин, оскільки правильне використання мовних і культурних ресурсів може сприяти створенню позитивного образу країни на міжнародній арені. Це особливо актуально в умовах глобалізації, коли національний імідж стає одним із ключових факторів, що впливають на економічний розвиток, політичну стабільність та міжнародну співпрацю.

Я. Е. Андрющенко аналізує вплив природних та соціокультурних факторів на формування образу країни, підкреслюючи, що ці фактори тісно пов'язані з мовними аспектами, які використовуються для опису країни в міжнародних медіа. Лінгвокультурні елементи, такі як природні багатства чи культурні традиції, можуть формувати позитивний образ країни, сприяючи її привабливості на світовій арені. У той же час, акцент на соціальних проблемах чи економічних труднощах, виражений через певні мовні засоби, може сприяти формуванню негативного сприйняття країни [29, с. 19].

І. Кіерре і L. Mossberg звертають увагу на важливість врахування "значущості іншого" у формуванні образу країни, що також є важливим лінгвокультурним аспектом. Вони зазначають, що образ країни формується не тільки через внутрішні чинники, але й через порівняння з іншими культурами та країнами. Це порівняння, яке відбувається через лінгвістичні і культурні маркери, визначає специфіку сприйняття країни на міжнародній арені, підкреслюючи важливість взаємодії між різними культурами у формуванні міжнародного іміджу країни [73, с. 23].

Л. І. Попова, О. М. Щурко у своїх дослідженнях розглядають зв'язок між мовою, культурою та інституціями, що впливають на формування образу країни. Вони підкреслюють, що лінгвокультурні особливості можуть значно впливати на інституційні взаємодії та на те, як країна сприймається на міжнародній арені. Це дослідження додає важливий вимір до розуміння того, як лінгвокультурні чинники інтегруються в загальний дискурс формування образу країни, роблячи їх невід'ємною частиною міжнародної комунікації [60, с. 22].

Таким чином, всі ці дослідження підкреслюють важливість комплексного підходу до аналізу лінгвокультурних аспектів у формуванні міжнародного образу країни. Вони демонструють, що мова, культура та соціальні чинники не просто впливають на створення специфічних образів, але й визначають, як країна буде сприйматися на міжнародній арені. Лінгвокультурні аспекти є ключовими елементами цього процесу, які можуть бути використані як для створення позитивного іміджу, так і для формування негативних стереотипів, що підкреслює їх важливість у дослідженнях міжнародної комунікації та позиціонування країни на світовій арені.

Дослідження О. А. Бутирського є важливим внеском у розуміння того, як західні ЗМІ відіграють ключову роль у формуванні іміджу України на міжнародній арені. Він підкреслює, що медіа мають здатність значно впливати на сприйняття країни за кордоном, причому цей вплив часто обумовлений лінгвокультурними аспектами. Зокрема, О. А. Бутирський наголошує, що західні медіа можуть вибірково висвітлювати певні аспекти української культури, політики чи економіки, що призводить до створення специфічного, а іноді й однобічного, образу країни [11, с. 53].

Західні ЗМІ часто фокусуються на тих аспектах, які найкраще відповідають їхнім власним інтересам або стереотипам, що існують у західному суспільстві щодо України. Наприклад, О. А. Бутирський зазначає, що в медіа може переважати акцент на економічних труднощах або політичній нестабільності, тоді як позитивні досягнення або культурні надбання країни можуть залишатися поза увагою. Такий підхід сприяє формуванню певного образу України, який може не відповідати реальності, але активно сприймається міжнародною аудиторією через повторення і тиражування у різних медіа [11, с. 54].

Це однобічне висвітлення часто призводить до того, що в західному медійному просторі домінують негативні або спрощені образи України, які суттєво впливають на міжнародну репутацію країни.

Саме лінгвокультурні особливості, такі як вибір лексики, інтерпретація культурних символів та способи подання інформації, визначають, як сприймається



Україна у світі. Внаслідок цього, формування позитивного іміджу країни стає складним завданням, яке потребує стратегічного підходу до медіа-взаємодії та інформаційної політики [35, с. 12].

У підсумку, лінгвокультурні аспекти є фундаментальною складовою процесу формування образу країни в міжнародному інформаційному просторі. Вони впливають на те, як країна сприймається іншими культурами та націями, і можуть бути використані як для створення позитивного іміджу, так і для формування негативних стереотипів. Лінгвокультурні фактори включають не лише вибір мовних засобів і стилістичних прийомів, але й інтерпретацію культурних символів, історичних подій та соціальних реалій. Вони визначають контекст, у якому подається інформація, та впливають на те, як ця інформація інтерпретується аудиторією.

Отже, лінгвокультурні аспекти відіграють ключову роль у формуванні міжнародного іміджу держави. Вони є не лише засобом презентації країни на світовій арені, але й інструментом налагодження міжкультурної взаємодії, що дозволяє створювати позитивне сприйняття держави серед міжнародної спільноти. Їх правильне та цілеспрямоване використання сприяє підвищенню авторитету країни, зміцненню її позицій у глобальній політиці та економіці, а також забезпеченню більш глибокого розуміння її культури.

Ігнорування лінгвокультурних аспектів може мати серйозні наслідки, зокрема викривлення образу країни, укорінення негативних стереотипів та упереджень. Це може перешкоджати ефективній міжнародній комунікації, послаблювати дипломатичні позиції та гальмувати економічну співпрацю.

Зважаючи на це, для країн, які прагнуть зміцнити свій міжнародний імідж, лінгвокультурні аспекти мають розглядатися як стратегічний ресурс. Їх вивчення, адаптація та інтеграція у комунікаційні стратегії можуть допомогти уникнути міжкультурних конфліктів, зміцнити зв'язки з іншими країнами та ефективно просувати національні інтереси.

Таким чином, роль лінгвокультурних аспектів у формуванні образу країни є надзвичайно важливою. Вони сприяють гармонізації міжнародної комунікації, підвищують рівень міжкультурного розуміння та створюють сприятливі умови для

успішного розвитку дипломатичних, економічних і культурних відносин. Їх врахування та використання стає необхідною умовою для досягнення стратегічних цілей держави на світовій арені.

## Висновок до розділу 1

У розділі 1 ми провели всебічне дослідження теоретичних основ формування образу країни в медіапросторі, зосередившись на ключових поняттях і механізмах, що лежать в основі цього процесу. Було детально розглянуто поняття образу країни у лінгвокультурному контексті, що дозволило зрозуміти, як мовні та культурні елементи інтегруються у створення національного іміджу, який потім передається та інтерпретується на міжнародному рівні. Лінгвокультурний підхід розкриває глибину взаємозв'язку між мовою, культурою та сприйняттям країни, підкреслюючи, що правильне використання цих чинників може значно посилити позитивне сприйняття країни на міжнародній арені.

Аналіз теорії медіа показав, що медіа відіграють вирішальну роль у формуванні та трансляції образів країн. Вплив медіа на суспільну думку є надзвичайно потужним, особливо у глобалізованому світі, де інформація поширюється миттєво і досягає широкої аудиторії. Теорія медіа підкреслює значення інформаційних потоків, які не лише відображають реальність, але й активно її конструюють, створюючи певні образи та стереотипи, які можуть закріплюватися у свідомості міжнародної спільноти.

Особливу увагу в цьому розділі було приділено англomовним мас-медіа, які, завдяки своїй глобальній аудиторії та високому рівню довіри, мають значний вплив на формування міжнародного іміджу країн. Англomовні медіа часто задають тон у міжнародних дискусіях, визначаючи, які аспекти культур, політик чи економік країн будуть акцентовані, а які – залишаться поза увагою. Це робить їх важливим суб'єктом у процесі конструювання образу країни.

У підрозділі, присвяченому ролі лінгвокультурних аспектів у формуванні образу країни, було показано, що ці аспекти є невід'ємною частиною стратегії формування національного іміджу. Вони визначають, як країна сприймається іншими націями і культурами, і можуть бути використані як інструмент для створення позитивного іміджу, а також для нейтралізації або зміни негативних стереотипів. Дослідження лінгвокультурних аспектів показало, що мова та культура

не лише передають інформацію, але й закріплюють культурні значення, створюючи цілісні наративи про країну, які мають глибокий резонанс з міжнародною аудиторією.

## Розділ 2 Практичні особливості аналізу образу України в англомовних мас-медіа

### 2.1. Ключові теми та наративи про Україну в англомовних мас-медіа

Аналіз образу України в англомовних мас-медіа має важливе значення, оскільки саме через міжнародні медіа відбувається формування уявлень глобальної аудиторії про країну. Англомовні медіа є основними джерелами інформації для більшості держав і міжнародних організацій, а їхнє бачення подій в Україні напряду впливає на сприйняття країни на світовій арені. Особливо це стало важливим після початку російської агресії у 2014 році та подій 2022 року, які кардинально змінили міжнародний контекст і сприйняття України.

Однією з ключових особливостей англомовних мас-медіа є їхня здатність формувати наративи та ключові теми, які потім набувають глобального розголосу. Після 2014 року Україна стала важливою темою в світових новинах, і це мало значний вплив на формування образу країни. Англомовні медіа грають провідну роль у цьому процесі, оскільки саме через них міжнародна спільнота отримує інформацію про політичні, соціальні та економічні події в Україні.

Однією з центральних тем, яка домінує в англомовних медіа, є тема війни та російської агресії проти України. Протягом кількох років ця тема не сходить зі шпальт провідних видань, таких як *The New York Times*, *The Guardian*, *BBC* та інші. Війна стала основою більшості публікацій, і в контексті цієї теми часто формуються наративи про стійкість України, її боротьбу за незалежність і демократію. У цьому контексті Україна представлена як країна, яка протистоїть зовнішній загрозі, захищаючи свої демократичні цінності та територіальну цілісність. Протягом останніх років тема війни та російської агресії проти України посідала центральне місце в англомовних медіа, таких як *The New York Times*, *The Guardian* та *BBC*. У 2022 році слово "Україна" стало найуживанішим у публікаціях *The New York Times*, згадуючись понад 4,5 тисячі разів.

Однак з часом інтерес до цієї теми почав знижуватися. За даними громадської організації *BRAND UKRAINE*, кількість статей про Україну в іноземних онлайн-медіа у 2023 році була на 20% меншою, ніж у 2022-му [78].

Ця тенденція спостерігалася і в соціальних мережах, де кількість постів зі згадками про Україну у 2023 році зменшилася на 42% порівняно з попереднім роком. Таким чином, хоча війна в Україні залишається важливою темою, її висвітлення в англomовних медіа поступово зменшується, що може свідчити про певну "втому" аудиторії від цієї теми. Іншою ключовою темою є питання міжнародної підтримки України. Англomовні мас-медіа часто висвітлюють значну фінансову, військову та гуманітарну допомогу, яку надають країни Заходу Україні. З початку повномасштабного вторгнення Росії в Україну, Сполучені Штати Америки виділили понад 75 мільярдів євро допомоги, з яких 51,6 мільярда євро спрямовано на військову підтримку. Європейський Союз, включно з окремими країнами-членами, надав загалом близько 85,1 мільярда доларів допомоги, з яких значна частина припадає на фінансову та гуманітарну підтримку [79].

Крім того, медіа підкреслюють дипломатичну активність України та її зусилля у зміцненні партнерських відносин з Європейським Союзом, Сполученими Штатами, Великою Британією та іншими державами. Зокрема, НАТО відіграє ключову роль у підтримці української армії, координуючи постачання зброї, боєприпасів та навчання для українських військових. У 2022 році обсяги військової, гуманітарної та фінансової допомоги від країн-членів НАТО сягнули майже 120 мільярдів доларів США [80].

Такі наративи формують у глобальній аудиторії образ України як країни, що отримує значну підтримку від провідних світових гравців у своїй боротьбі за незалежність та демократичні цінності.

Англomовні мас-медіа приділяють значну увагу політичній стабільності та реформам в Україні, регулярно висвітлюючи внутрішні реформи, антикорупційні заходи та економічні зміни. Зокрема, вони стежать за боротьбою України з корупцією, реформою судової системи та змінами в енергетичному секторі. Зміцнення демократії та верховенства права в Україні розглядається як важливий критерій для подальшої підтримки з боку Заходу.

Згідно з Індексом сприйняття корупції 2023 року від Transparency International, Україна отримала 36 балів зі 100 можливих, посівши 104-те місце серед 180 країн.

Це свідчить про поступове покращення, адже за останні 11 років показник зріс на три бали порівняно з 2022 роком. Такі результати відображають зусилля України у впровадженні антикорупційних реформ, зокрема в судовій системі та діяльності антикорупційних органів.

У 2023 році Національне антикорупційне бюро України (НАБУ) та Спеціалізована антикорупційна прокуратура (САП) досягли значних успіхів, викривши корупційні дії 21 високопосадовця, 39 керівників державних підприємств, 16 суддів та 11 народних депутатів. Економічний ефект від діяльності НАБУ та САП у 2023 році становив 4,7 мільярда гривень, що на 50% більше порівняно з 2022 роком.

У сфері економічних реформ Україна здійснила кроки для підвищення прозорості державних закупівель через систему Prozorro, що сприяло зниженню рівня корупції на 25%. Крім того, впроваджено корпоративне управління в державних підприємствах, таких як "Укренерго", що дозволило заощадити понад 8 мільярдів гривень у період з 2015 по 2017 роки [81].

Англомовні медіа також висвітлюють реформи в енергетичному секторі, зокрема інтеграцію України до європейської енергетичної системи та заходи щодо підвищення енергоефективності. Такі зміни сприяють зміцненню енергетичної безпеки країни та її економічної стабільності.

Таким чином, англомовні мас-медіа детально аналізують прогрес України в проведенні реформ, підкреслюючи важливість політичної стабільності, боротьби з корупцією та економічних перетворень для подальшої підтримки з боку міжнародної спільноти.

Англомовні медіа приділяють значну увагу економічній ситуації в Україні, висвітлюючи її зусилля у подоланні викликів, спричинених війною та анексією Криму. Особливий інтерес викликають питання стабілізації національної валюти, реформування енергетичного ринку, адаптації економіки до європейських стандартів та співпраці з Міжнародним валютним фондом (МВФ).

Після значного падіння ВВП на 29% у 2022 році, економіка України почала відновлюватися, продемонструвавши зростання на 5,3% у 2023 році та очікуване

зростання на 3–4% у 2024 році [82].

Це свідчить про поступове подолання економічних труднощів та ефективність впроваджуваних реформ.

У сфері енергетики Україна досягла значних успіхів у зменшенні залежності від російського газу. Завдяки диверсифікації постачань та розвитку власних енергетичних ресурсів, країна змогла знизити імпорт газу з Росії, що є важливим кроком до енергетичної незалежності. Зокрема, частка відновлюваних джерел енергії у загальній структурі генерації Об'єднаної енергетичної системи України у жовтні 2021 року становила 9,8%, що свідчить про поступовий перехід до сталих енергетичних практик [83, с. 9].

Англомовні медіа активно використовують наративи, які формують загальне бачення України у світі. Один із найбільш поширених наративів — це представлення України як жертви агресії, що змушена захищати свою територіальну цілісність і незалежність. Цей наратив особливо домінує після початку повномасштабної війни у 2022 році. Медіа підкреслюють героїзм українських військових і цивільних, а також спротив українського народу на тлі масштабної військової загрози з боку Росії. Опис війни часто включає деталі про жахи бойових дій, руйнування інфраструктури та гуманітарну кризу.

Згідно з даними громадської організації BRAND UKRAINE, у 2023 році кількість статей про Україну в провідних міжнародних онлайн-медіа зменшилася на 20% порівняно з 2022 роком [84].

Водночас інтерес міжнародних аудиторій до України вийшов за межі виключно війни — лише 28% публікацій у медіа стосувалися бойових дій. Це свідчить про те, що, хоча війна залишається центральною темою, міжнародні медіа почали висвітлювати й інші аспекти українського життя.

Щодо втрат серед українських військових, за даними, опублікованими журналом *The Economist*, з 2022 року загинуло щонайменше 60 435 українських військовослужбовців [85].

Ці цифри свідчать про те, що з 24 лютого 2022 року загинуло понад 0,5% довоєнного населення України чоловічої статі віком 18–49 років. Видання зазначає,



що реальна частка чоловіків, загиблих на війні, може бути вищою.

Таким чином, англомовні медіа продовжують активно висвітлювати події в Україні, формуючи наративи, які підкреслюють її боротьбу за незалежність та героїзм народу, водночас звертаючи увагу на гуманітарні аспекти та інші важливі теми.

Англомовні медіа часто висвітлюють Україну як нову демократію, що активно розвивається, підкреслюючи її зусилля у проведенні демократичних реформ, зміцненні громадянського суспільства та інтеграції до західних структур. Цей наратив підтримується історіями успіху реформ і проєвропейськими прагненнями українців. Видання, такі як *Financial Times* та *Politico*, неодноразово наголошували на важливості збереження демократичного курсу для подальшої інтеграції України до ЄС та НАТО.

Згідно з даними соціологічних опитувань, підтримка вступу України до Європейського Союзу та НАТО є найвищою за всю історію спостережень. Опитування, проведене Соціологічною групою «Рейтинг» 1 березня 2022 року, показало, що 61% українців вірять у те, що Україна стане членом ЄС найближчим часом (протягом 1–2 років), а 13% очікують цього через 5 років.

У червні 2022 року Європейська Комісія оприлюднила висновок щодо заявки України на членство в ЄС, рекомендувавши надати Україні статус кандидата. 23 червня 2022 року Європейська Рада ухвалила історичне рішення про надання Україні цього статусу, що стало новим етапом європейської інтеграції країни [86].

Таким чином, англомовні медіа підкреслюють важливість продовження демократичних реформ в Україні як ключового чинника для її подальшої інтеграції до західних структур, відображаючи проєвропейські прагнення українського суспільства.

Англомовні медіа продовжують приділяти значну увагу темі корупції в Україні, відзначаючи як досягнення в боротьбі з нею, так і виклики, що залишаються. Після 2014 року фокус змістився на поступ у впровадженні антикорупційних реформ, проте корупційні скандали все ще привертають значну увагу, оскільки прогрес у цій сфері є критично важливим для подальшої співпраці з

західними партнерами.

Згідно з Індексом сприйняття корупції за 2023 рік, опублікованим Transparency International, Україна отримала 36 балів зі 100 можливих, піднявшись на 3 бали порівняно з попереднім роком, і посіла 104-те місце серед 180 країн. Це покращення свідчить про певний прогрес у боротьбі з корупцією, однак проблема залишається актуальною.

У 2023 році в Україні відбулося кілька гучних корупційних скандалів, які отримали широкий розголос як у національних, так і в міжнародних медіа. Серед них — випадки корупції в Міністерстві оборони, пов'язані із закупівлями продуктів харчування для військових за завищеними цінами, а також корупційні схеми в територіальних центрах комплектування та соціальної підтримки (ТЦК). Ці інциденти підкреслюють необхідність продовження антикорупційних реформ та посилення контролю за діяльністю державних органів.

Варто зазначити, що, за даними дослідження "Корупція в Україні 2023: розуміння, сприйняття, поширеність", 61,2% населення вважають, що рівень корупції в країні зріс у 2023 році, що більш ніж удвічі перевищує показник 2022 року. Це свідчить про зростання суспільного усвідомлення проблеми та підвищення вимог до прозорості й підзвітності влади.

Таким чином, англомовні медіа продовжують уважно стежити за розвитком антикорупційних заходів в Україні, підкреслюючи, що успіхи в цій сфері є ключовими для зміцнення довіри західних партнерів та подальшої інтеграції країни до європейських і євроатлантичних структур [87].

Англомовні медіа часто висвітлюють роль України як ключового транзитного коридору для постачання газу до Європи, підкреслюючи її значення у забезпеченні енергетичної безпеки континенту. Зокрема, обговорюється вплив проєкту «Північний потік-2» (Nord Stream 2) на позиції України в міжнародному енергетичному секторі.

До початку повномасштабного вторгнення Росії в Україну в лютому 2022 року, Європа отримувала приблизно 35–45% свого природного газу з Росії, значна частина якого транспортувалася через українську газотранспортну систему [88].

Однак після початку війни Європейський Союз значно скоротив свою залежність від російських енергоносіїв, збільшивши імпорт зрідженого природного газу (LNG) з інших країн, таких як США та Норвегія [89].

Проект «Північний потік-2», який мав на меті подвоїти обсяги постачання російського газу до Німеччини через Балтійське море, викликав значні суперечки. Критики стверджували, що він підриває енергетичну безпеку Європи та послаблює позиції України як транзитної держави. Після початку війни в Україні проект був зупинений, а частина його інфраструктури зазнала пошкоджень внаслідок саботажу [90].

У жовтні 2024 року Україна оголосила про намір не продовжувати угоду про транзит російського газу після її завершення 31 грудня 2024 року. Це рішення може мати значні наслідки для європейських країн, які все ще залежать від російського газу, що транспортується через Україну. Зокрема, Австрія, Словаччина, Угорщина та Італія розглядають альтернативні маршрути постачання газу, щоб зменшити свою залежність від російських енергоносіїв [91].

Таким чином, англomовні медіа підкреслюють важливу роль України в забезпеченні енергетичної безпеки Європи та її зусилля щодо захисту національних інтересів на міжнародному енергетичному ринку, особливо в контексті геополітичних змін і викликів, пов'язаних із проектом «Північний потік-2».

Англomовні медіа, такі як *The New York Times*, *BBC*, *The Guardian*, *The Washington Post* та *CNN*, відіграють ключову роль у подоланні стереотипів про Україну як пострадянську державу, залежну від Росії. Вони активно висвітлюють зусилля України щодо зміцнення суверенітету, європейської інтеграції та проведення реформ.

Наприклад, *The Washington Post* у статті «Як Україна стала Україною, у 7 картах» надає історичний контекст формування української державності, підкреслюючи її окремішність від Росії [92].

*BBC* у матеріалі «Як Україна може стати членом ЄС і що про це каже Росія?» детально аналізує процес європейської інтеграції України, акцентуючи на її

прагненні приєднатися до Європейського Союзу та подолати пострадянську спадщину [93].

*CNN* регулярно висвітлює заяви європейських лідерів щодо майбутнього України в ЄС, що сприяє формуванню образу України як незалежної європейської держави [94].

Таким чином, англomовні медіа сприяють подоланню застарілих стереотипів про Україну, висвітлюючи її досягнення на шляху до європейської інтеграції та зміцнення національної ідентичності.

Загалом, ключові теми та наративи, представлені в англomовних мас-медіа, відображають динамічний розвиток України та її боротьбу за незалежність і інтеграцію до західних інституцій. Аналіз цих наративів дозволяє глибше зрозуміти, як глобальна аудиторія сприймає Україну через призму міжнародної журналістики.

Ключові теми та наративи про Україну, представлені в англomовних мас-медіа, відіграють визначальну роль у формуванні міжнародної громадської думки та політичних рішень. Позитивний або негативний імідж країни може безпосередньо вплинути на дипломатичні відносини, економічні інвестиції та підтримку міжнародних інституцій. Англomовні медіа, як-от *The Washington Post*, *The Times*, та *CNN*, є провідними каналами для донесення інформації до глобальної аудиторії, формуючи стереотипи і позиції щодо України.

Однією з головних позитивних змін у висвітленні України в англomовних медіа є поступове відходження від пострадянських стереотипів та формування образу України як самостійної держави, що активно прагне євроінтеграції та демократичних реформ. Суттєву роль у цьому процесі відіграє висвітлення конкретних успіхів, таких як реформи в енергетичному секторі, поступ у боротьбі з корупцією, активізація співпраці з міжнародними фінансовими інституціями, такими як МВФ та ЄБРР. Таким чином, Україна все частіше сприймається як країна, що прагне модернізації і має великий потенціал для економічного зростання, попри виклики, з якими вона стикається.

Окремо варто відзначити тему гуманітарної кризи, яка постійно присутня в англomовних медіа після початку військових дій на Донбасі у 2014 році та

повномасштабного вторгнення Росії у 2022 році. Гуманітарна ситуація в Україні привернула значну увагу міжнародних ЗМІ, зокрема через величезні потоки біженців, руйнування житлової інфраструктури, школи та лікарні, що постраждали внаслідок обстрілів. Важливу роль у висвітленні цієї теми відіграють такі організації, як ООН, Червоний Хрест та численні гуманітарні організації, інформацію про діяльність яких активно поширюють провідні медіа.

У цьому контексті Україна часто постає як країна, яка потерпає від великомасштабної війни та гуманітарної катастрофи, що вимагає невідкладної міжнародної підтримки. Англійські медіа наголошують на необхідності допомоги Україні як з боку міжнародних урядів, так і з боку неурядових організацій, надаючи увагу не тільки матеріальній допомозі, але й потребам у захисті прав людини.

Англійські медіа активно висвітлюють лідерство України на міжнародній арені, зокрема діяльність президента Володимира Зеленського та його дипломатичні зусилля. Після початку повномасштабного вторгнення Росії в Україну в лютому 2022 року, міжнародні видання підкреслюють мужність і рішучість українського керівництва в захисті національних інтересів.

*The New York Times* неодноразово публікувала матеріали, що висвітлюють роль президента Зеленського як символу національної єдності та опору. У статті «Зеленський стає обличчям опору України» видання підкреслює його здатність об'єднати націю в найскладніші часи [95].

*BBC* у своїх репортажах акцентує увагу на дипломатичних зусиллях України, спрямованих на отримання міжнародної підтримки. Зокрема, в матеріалі «Як Зеленський об'єднав Захід проти Росії» аналізується його вплив на консолідацію західних союзників [96].

*The Guardian* висвітлює співпрацю України з Європейським Союзом, США, Великою Британією та НАТО, підкреслюючи успіхи української дипломатії в зміцненні цих відносин. У статті «Україна отримує статус кандидата в ЄС» видання зазначає про важливість цього кроку для європейської інтеграції країни [97].

*The Washington Post* аналізує військове лідерство України в умовах російської агресії, відзначаючи стійкість українських збройних сил та ефективність їхньої

стратегії. У статті «Як українська армія зупинила російський наступ» детально розглядаються ключові фактори успіху [98].

*CNN* регулярно висвітлює міжнародні візити президента Зеленського та його участь у глобальних форумах, що сприяє підвищенню міжнародного авторитету України. У репортажі «Зеленський виступає на Генасамблеї ООН» підкреслюється його заклик до світової спільноти підтримати Україну [99].

Завдяки такому висвітленню англомовні медіа формують позитивний образ України як держави, що активно захищає свій суверенітет і прагне інтеграції до західних структур, сприяючи зміцненню її позицій на міжнародній арені.

Таблиця 2.1

Порівняльний аналіз ключових тем і наративів про Україну в англомовних мас-медіа

Медіа	Ключові теми	Наративи
The New York Times	Геополітичні наслідки, роль США у війні, санкції проти Росії	Україна як ключовий союзник у глобальній боротьбі з Росією
BBC	Гуманітарна криза, біженці, підтримка прав людини	Україна як жертва гуманітарної катастрофи, що потребує міжнародної допомоги
The Guardian	Реформи в Україні, енергетична безпека, війна	Україна як країна, що активно реформується на тлі війни
The Washington Post	Глобальні наслідки війни, підтримка НАТО, міжнародна дипломатія	Україна як важливий елемент у формуванні нового світового порядку
CNN	Воєнні події, гуманітарна допомога, роль міжнародної спільноти	Україна як поле бою за свободу та демократію, потреба у негайній допомозі
Financial Times	Економічні наслідки війни, санкції проти Росії, інвестиції в Україну	Економічні перспективи України після війни, глобальні наслідки для ринків
Politico	Політична ситуація в Україні, підтримка США та ЄС	Україна як приклад для країн, що прагнуть реформ
Al Jazeera	Роль України в міжнародних	Україна як важливий гравець у світовій

	відносинах, війна та її глобальний вплив	політиці, потреба у допомозі
Reuters	Оперативна інформація про бойові дії, міжнародна реакція	Україна як жертва агресії, світова спільнота має підтримати
The Times	Військові дії, міжнародна підтримка, криза біженців	Україна як символ опору диктатурі, потреба у негайній підтримці

Ці видання обрані для аналізу через їхню глобальну аудиторію, репутацію та впливовість у формуванні громадської думки. Вони є провідними джерелами новин у своїх країнах та охоплюють широкий спектр тем, що стосуються України. Ці видання представляють різні регіональні перспективи (США, Велика Британія, Європа, міжнародна спільнота), що дозволяє провести порівняльний аналіз ключових тем і наративів.

Американські видання:

1. The New York Times
2. The Washington Post
3. CNN
4. Financial Times (має міжнародну редакцію, але основна частина аудиторії — США).
5. Politico

Британські видання:

1. BBC
2. The Guardian
3. The Times

Аналіз англomовних медіа показує, що різні країни та видання можуть акцентувати увагу на різних аспектах українського питання. Наприклад, американські видання, такі як *The New York Times* та *The Washington Post*, значною мірою зосереджуються на геополітичних наслідках війни в Україні для світового порядку та ролі США у підтримці України. У той час як британські медіа, зокрема *BBC* та *The Guardian*, часто більше уваги приділяють гуманітарній складовій

конфлікту та питанням прав людини.

Канадські видання, враховуючи сильну українську діаспору в країні, мають більш емоційно забарвлені публікації про Україну, що часто підкреслює тісні зв'язки між двома країнами. Водночас австралійські та інші англомовні медіа менш активно висвітлюють питання України, обмежуючись переважно републікаціями з основних міжнародних джерел.

Аналіз ключових тем та наративів про Україну в англомовних медіа свідчить про високу динаміку у сприйнятті країни міжнародною спільнотою. Війна та боротьба за незалежність залишаються головними темами, що формують образ України як країни-борця за свободу та демократію. Крім того, важливою є тема реформ, економічної стабільності та міжнародної підтримки, яка допомагає Україні рухатись у бік європейської інтеграції.

Англомовні медіа відіграють важливу роль у формуванні глобального уявлення про Україну, допомагаючи їй зміцнити свою позицію на світовій арені, залучити підтримку міжнародних партнерів і сприяти позитивним змінам всередині країни. Тому детальний аналіз публікацій та наративів в англомовних медіа є необхідним кроком для розуміння сучасних викликів і можливостей, що стоять перед Україною на міжнародному рівні.

## **2.2. Лексико-граматичні особливості представлення України**

Представлення України в англомовних мас-медіа має свої лексико-граматичні особливості, які безпосередньо впливають на формування міжнародного іміджу країни. Медіа мають значний вплив на громадську думку, і те, як висвітлюються події в Україні, впливає на ставлення міжнародної спільноти до країни. Використання специфічної лексики, граматичних конструкцій та риторичних засобів є важливим елементом медійного дискурсу, який визначає, як саме глобальна аудиторія сприймає події та процеси в Україні. Ці засоби служать для створення певних акцентів, формування конкретних наративів, а також для емоційного впливу на читача.



Специфічна лексика, яку англomовні медіа використовують для опису подій в Україні, не лише інформує, але й впливає на емоційне сприйняття аудиторії. Наприклад, такі слова, як *invasion*, *conflict*, *aggression*, *sovereignty*, є не просто інформаційними термінами, але також несуть значне емоційне та політичне навантаження. Використання таких слів посилює відчуття драматизму та серйозності ситуації, підкреслюючи міжнародну важливість подій. Наприклад, у заголовках *The New York Times* або *The Washington Post* часто зустрічаються фрази типу “*Russia’s invasion of Ukraine*” або “*Ukraine’s sovereignty under threat*”, що акцентує увагу на загрозі незалежності України і формує у міжнародній аудиторії почуття солідарності з українським народом [94].

Також слід зазначити, що англomовні медіа активно використовують терміни, пов’язані з міжнародними санкціями, військовою допомогою, дипломатичними зусиллями. Ці терміни — *sanctions*, *military aid*, *diplomatic efforts* — створюють уявлення про Україну як про країну, що потребує міжнародної підтримки та допомоги для протистояння агресії [95]. Така лексика робить Україну центральним об’єктом міжнародної уваги і підкреслює її роль у глобальних політичних процесах.

Грамаічні конструкції, які використовуються в медіа для висвітлення подій в Україні, також відіграють важливу роль у створенні іміджу країни. Наприклад, пасивні конструкції, на зразок “*sanctions were imposed*” або “*Ukraine was invaded*”, дозволяють зосередити увагу на самому факті події, а не на суб’єкті дії [96]. Це створює враження об’єктивності та нейтральності, що особливо важливо для медіа, які прагнуть залишатися поза політичними впливами. У той же час такі конструкції можуть дещо знижувати гостроту сприйняття подій, оскільки вони фокусуються на діях, а не на тих, хто їх виконує.

Модальні дієслова, такі як *must*, *should*, *can*, також часто використовуються у висловлюваннях про Україну в англomовних медіа. Фрази типу “*The international community must support Ukraine*” або “*Ukraine should continue its reforms*” створюють враження необхідності певних дій і формують у читачів відчуття морального обов’язку [97]. Це підсилює почуття підтримки та залученості до подій, що відбуваються в Україні, формуючи більш активну позицію міжнародної спільноти.

Окрім граматичних конструкцій, важливу роль відіграють риторичні засоби, які використовуються для емоційного забарвлення текстів. Метафоричні вирази, такі як “*Ukraine is the frontline of democracy*” або “*Ukraine’s resistance against tyranny*”, часто зустрічаються в англomовних медіа і створюють враження, що події в Україні мають глобальне значення для всього демократичного світу. Такі вирази підсилюють емоційне сприйняття подій і роблять Україну символом боротьби за свободу та незалежність [98].

Крім того, журналісти активно використовують епітети для опису ситуації в Україні, такі як *tragic*, *devastating*, *heroic*, що підкреслює драматизм подій і посилює емоційний вплив на читача. Наприклад, у публікаціях *BBC* або *CNN* можна знайти вирази типу “*the tragic consequences of war in Ukraine*” або “*the heroic defense of Ukrainian soldiers*” [96]. Це формує уявлення про Україну як про країну, яка потерпає від значної трагедії, але водночас демонструє неабияку стійкість і мужність.

Важливим аспектом є політично коректна лексика, яка використовується для уникнення зайвої конфліктності або категоричних оцінок. Наприклад, замість того, щоб використовувати слово *war*, англomовні медіа часто вдаються до термінів на кшталт *conflict* або *military operation*, що пом'якшує емоційне забарвлення і робить тексти більш збалансованими. Така лексика допомагає уникнути однозначних політичних оцінок і залишити простір для дискусії. Наприклад, у висвітленні подій 2014 року в Криму медіа часто використовували термін “*annexation of Crimea*” або “*the Crimea crisis*”, що дозволяло говорити про події з мінімумом емоційного забарвлення [92].

Використання політичної та військової термінології є однією з найважливіших рис у висвітленні подій, пов'язаних з Україною, в англomовних мас-медіа. Ця лексика формує міжнародний контекст та підкреслює гостроту ситуації, створюючи акценти на важливості подій для глобальної спільноти.

Зокрема, терміни на кшталт *invasion*, *occupation*, *conflict*, *crisis* є невід'ємною частиною заголовків і статей про війну в Україні. Їхнє використання підкреслює серйозність ситуації та міжнародну значущість цих подій, особливо в контексті російської агресії. Наприклад, у статті *The New York Times* широко використовуються

вирази на кшталт “*Russia’s invasion of Ukraine*” та “*the conflict between Ukraine and Russia*” , що відображає домінування теми агресії в новинному дискурсі. Таке використання мови не лише інформує, але й формує уявлення про загрозу, яку несе Росія не тільки Україні, а й усьому демократичному світу .

Крім того, часто застосовуються терміни, що описують процеси на міжнародному рівні, такі як *sanctions*, *diplomatic efforts*, *humanitarian aid*. Ці терміни підкреслюють залучення світової спільноти до вирішення українського питання та акцентують увагу на активній дипломатичній підтримці України з боку Заходу. Наприклад, у статті *BBC News* зустрічаються фрази на кшталт “*the West imposed sanctions on Russia following the annexation of Crimea*”[93], що показує, як західні країни застосовують економічний тиск для підтримки суверенітету України та покарання за порушення міжнародного права.

Ще однією важливою частиною політичного дискурсу є використання термінів, що описують безпекову та військову підтримку України. Наприклад, у публікаціях *The Guardian* та *The Washington Post* часто зустрічаються вирази на кшталт “*military aid to Ukraine*”[97] або “*NATO’s support for Ukraine*” [98], що вказує на міжнародний військовий компонент у конфлікті. Такі терміни формують в аудиторії уявлення про те, що ситуація в Україні має глобальний безпековий вимір, і що міжнародна спільнота не може залишатись осторонь.

У цьому контексті також важливе використання таких слів, як “*territorial integrity*”, “*sovereignty*”, та “*international law*”. Вони часто застосовуються у статтях, щоб підкреслити порушення міжнародних норм з боку Росії та захист законних прав України на самостійність. Наприклад, *Reuters* регулярно використовує такі вирази, як “*Russia violated Ukraine’s territorial integrity*” [102], підкреслюючи правовий аспект конфлікту.

Використання такої термінології відіграє важливу роль у формуванні міжнародного уявлення про Україну як про жертву агресії, що бореться за свою незалежність, і про Росію як агресора, що порушує міжнародні норми. Це дозволяє англійським медіа формувати глобальний дискурс, у якому Україна сприймається як ключовий гравець у боротьбі за демократичні цінності та міжнародний

правопорядок.

Лексика, що відображає європейську інтеграцію, є невід'ємною частиною англomовного медійного дискурсу про Україну, особливо після ключових подій, таких як Євромайдан 2014 року та Революція гідності. Ці події стали переломним моментом, після якого Україна офіційно заявила про свій курс на європейську інтеграцію, що знайшло відображення у міжнародних медіа. В англomовних публікаціях широко використовуються такі терміни, як *integration*, *reforms*, *democracy*, *European values*, що створює позитивний імідж України як країни, яка прагне бути частиною європейського співтовариства.

Ключові слова, пов'язані з європейською інтеграцією, підкреслюють прагнення України до політичної та економічної стабільності, якій притаманні *democratic values* (демократичні цінності) та *rule of law* (верховенство права). Наприклад, такі публікації, як *“Ukraine’s pursuit of European integration”* або *“the reforms initiated by the Ukrainian government”*, зустрічаються в *Financial Times* [105] та *Politico* [107], що підкреслює націленість країни на інтеграцію з Європейським Союзом. Лексика, пов'язана з реформами, підкреслює важливість таких змін, як боротьба з корупцією, судові реформи та створення прозорої системи управління, що є основними передумовами для членства в ЄС.

Описуючи ці процеси, англomовні мас-медіа часто використовують терміни на кшталт *“path to European integration”* або *“European aspirations”*, що створює образ України як держави, яка прагне досягти високих європейських стандартів у всіх сферах життя. Такий підхід сприяє зміцненню уявлення про Україну як частину європейського простору, яка проходить через складний процес реформ і модернізації. Наприклад, у статтях *The Guardian* часто зустрічаються конструкції на кшталт *“Ukraine’s reform-driven agenda”* [104], що підкреслює позитивні зрушення в країні на шляху до ЄС.

Особливо важливою є роль реформ у медійному дискурсі про Україну, адже ці зміни часто розглядаються як ключовий індикатор готовності країни до інтеграції з ЄС. В англomовних мас-медіа поняття *reforms* має глибокий зв'язок із внутрішніми трансформаціями, які Україна проводить для відповідності європейським нормам.

Це включає такі сфери, як боротьба з корупцією, реформи у сфері правосуддя, децентралізація та забезпечення свободи слова. У статтях *The Washington Post* можна побачити вирази типу “*Ukraine’s ongoing fight against corruption*” або “*judicial reforms to strengthen Ukraine’s democracy*” [106], які відображають критичну роль реформ у побудові стійкої держави.

Термін *democratic transition* став широко використовуваним для опису подій після Революції гідності, коли Україна активно рухалась до демократії, одночасно проводячи складні реформи та зміцнюючи свої демократичні інституції. Медіа часто використовують цей термін для позначення перехідного періоду, під час якого країна стикається з численними викликами, але все ж демонструє прогрес. Наприклад, у *BBC News* зустрічаються такі фрази, як “*Ukraine’s ongoing democratic transition*”, які підкреслюють тривалий та поступовий характер цих змін.

Цікавим є також акцент на міжнародній підтримці України в її демократичному переході. Фрази на кшталт “*EU-backed reforms*” або “*the West’s commitment to supporting Ukraine’s democratic path*” [108] часто використовуються у статтях таких видань, як *Reuters* та *The Economist*, де наголошується на важливості міжнародної допомоги для досягнення успіху реформ в Україні. Цей дискурс підкреслює роль міжнародної спільноти як важливого партнера, без якого демократичний перехід був би значно складнішим.

В англomовних мас-медіа європейські цінності, такі як свобода, демократія та права людини, часто асоціюються з Україною. Це створює позитивний образ країни як частини європейського простору, яка прагне подолати історичні виклики і приєднатися до спільноти демократичних країн. Наприклад, вирази на зразок “*Ukraine shares European values*” або “*a commitment to European principles*” зустрічаються у статтях *Euronews* та *The Independent* [92], що підкреслює культурний і політичний зв’язок України з Європою.

Україна зображається як країна, що бореться за свободу та незалежність, намагаючись приєднатися до західного світу, тоді як Росія часто представлена як авторитарний режим, що прагне зупинити цей процес. Це можна побачити у публікаціях *The New York Times*, де часто використовується риторика про “Україну як

форпост демократії” [95] в Європі.

Отже, лексика, що відображає європейські прагнення України, має важливе значення у формуванні міжнародного іміджу країни в англomовних медіа. Використання таких термінів, як *integration, reforms, democracy, European values*, підкреслює прагнення України до європейської інтеграції та демократичних змін. Цей дискурс не лише формує позитивний образ України як країни, яка рухається в напрямку європейської спільноти, але й підкреслює підтримку міжнародної спільноти в її прагненнях.

Військова риторика та метафоричні конструкції є невід’ємною частиною англomовного дискурсу про події в Україні, що значно впливають на сприйняття країни міжнародною спільнотою. Такі мовні засоби не лише передають інформацію, але й підсилюють емоційний вплив на аудиторію, формуючи уявлення про героїчну боротьбу України проти значно сильнішого агресора.

Україна в англomовних мас-медіа часто зображається як *battleground* або *frontline* — метафори, які підкреслюють значення України в контексті глобальної боротьби за демократичні цінності та протистояння авторитарним режимам. Ці метафоричні конструкції формують уявлення про те, що події в Україні мають не тільки регіональний, але й глобальний вимір. Наприклад, у статті *The New York Times* можна зустріти вислів “*Ukraine is the frontline of democracy*” [95], що відображає Україну як своєрідний форпост, на якому вирішується доля демократичного світу. Така риторика формує враження, що боротьба України має значення не тільки для її громадян, але й для всього світу, який підтримує демократичні цінності.

Подібні метафори активно використовуються для підсилення емоційного забарвлення текстів. Наприклад, у заголовках *BBC News* часто можна зустріти вирази на зразок “*Ukraine’s struggle at the frontlines of freedom*” [96], які роблять акцент на важливості ролі України у збереженні свобод у світі. Ця риторика також дозволяє медіа зобразити ситуацію в Україні як вирішальний момент у глобальному протистоянні між демократичними державами та авторитарними режимами. Таким чином, Україна постає як символ боротьби за свободу та демократію, а її перемога вважається критично важливою для західного світу.

Мовні засоби, які описують українські військові дії, часто включають такі слова, як *resistance*, *defense*, *struggle*. Ці терміни формують уявлення про Україну як про країну, яка героїчно протистоїть агресору, навіть у несприятливих умовах. Наприклад, у публікаціях *The Guardian* часто використовується термін “*Ukraine’s resistance to Russian aggression*” [97], що підкреслює силу духу українського народу та його незламність перед обличчям військової загрози. Такі слова створюють у читачів емоційне сприйняття України як жертви, яка не просто обороняється, а активно бореться за своє право на існування та незалежність.

*Resistance* — це ключове слово, яке часто зустрічається в описах українського опору російській агресії. Воно несе в собі не тільки військовий компонент, але й підкреслює моральний вимір боротьби. Україна зображується не лише як країна, що бореться за свої кордони, але й як держава, яка виступає проти зла та несправедливості. Цей термін також використовується для створення образу колективної боротьби українського народу за свободу, підкреслюючи загальнонаціональний масштаб опору.

Слово *defense* часто використовується для підкреслення захисної природи дій України. Наприклад, фрази на зразок “*Ukraine’s defense against Russian invaders*” у статтях *Reuters* роблять акцент на тому, що Україна змушена захищатися від зовнішньої агресії. Це не просто описує військові дії, але й створює уявлення про моральну правоту України, яка захищає свою територію і своїх громадян від навмисного вторгнення.

Термін *struggle* також є важливим компонентом медійного дискурсу, оскільки він передає як фізичний, так і психологічний аспект боротьби України. Наприклад, у публікаціях *CNN* можна зустріти вирази типу “*Ukraine’s ongoing struggle for freedom*”, що підкреслює довготривалий характер конфлікту та виклики, з якими стикається країна. *Struggle* тут виступає як символ витривалості та непохитності українського народу, який продовжує боротися, незважаючи на всі труднощі.

Метафори, які зображують Україну через призму героїзму та жертвовності, є ще однією важливою рисою англomовного дискурсу. Україна часто зображується як країна, яка виносить на собі тягар боротьби за свободу і за весь демократичний світ.

Наприклад, у публікаціях *The Washington Post* використовуються вислови типу “*Ukraine’s heroic defense against overwhelming odds*”, які підкреслюють диспропорцію між силою сторін, але водночас підносять героїзм українських військових та цивільних.

Цей героїчний наратив підкріплюється також використанням слова *sacrifice*, що часто зустрічається в описі жертв українців під час війни. Наприклад, у статтях *Al Jazeera* можна знайти вирази на зразок “*the sacrifice of the Ukrainian people in the fight for democracy*”. Такі мовні конструкції підсилюють емоційне забарвлення текстів, підкреслюючи, що Україна є не тільки жертвою агресії, але й символом жертвоприношення заради вищих ідеалів свободи та справедливості.

Використання пасивних конструкцій та модальних дієслів є важливими граматичними засобами, які англomовні медіа застосовують для опису подій, пов'язаних з Україною. Ці мовні елементи мають суттєвий вплив на тон тексту, його сприйняття та наратив, оскільки дозволяють журналістам не лише подавати інформацію, але й формувати певні акценти, уникати суб'єктивності та підкреслювати необхідність певних дій.

Однією з основних функцій пасивних конструкцій у журналістських текстах є надання більш нейтрального, об'єктивного забарвлення повідомленням. У випадку опису подій, пов'язаних з Україною, англomовні медіа часто використовують пасивні форми, щоб акцентувати увагу на діях або їхніх наслідках, а не на суб'єктах, які ці дії виконують. Це дозволяє уникнути надмірної політизації тексту і зосередитися на фактах.

Наприклад, фраза “*Sanctions were imposed on Russia*” робить акцент на дії (введення санкцій) та її наслідках для Росії, але не конкретизує, хто саме ухвалив рішення. Таке формулювання дозволяє читачам зосередитися на самому факті санкцій, а не на деталях політичного процесу. Пасивна конструкція створює ефект нейтральності, який є важливим для збереження об'єктивності у висвітленні чутливих тем міжнародної політики.

Подібний підхід використовується у висвітленні таких подій, як вторгнення Росії в Україну. Наприклад, фрази типу “*Ukraine was invaded in 2022*” підкреслюють



подію (вторгнення), не вказуючи безпосередньо на винуватця. Це дозволяє уникати прямих звинувачень, що є важливим для видань, які прагнуть зберігати баланс у висвітленні конфлікту. Пасивні конструкції допомагають формувати загальний контекст, зосереджуючись на тому, що сталося, а не на тому, хто це зробив.

У статтях таких видань, як *The Guardian* чи *BBC News*, пасивні конструкції часто зустрічаються у заголовках і новинних статтях для нейтрального представлення дій міжнародної спільноти щодо України. Наприклад, фраза “*Assistance was provided to Ukraine*” акцентує увагу на дії (надана допомога), а не на тих, хто її надав, що дозволяє створити більш об’єктивний, неупереджений тон.

Модальні дієслова, такі як *must*, *should*, *can*, мають вирішальну роль у медійному дискурсі, оскільки вони не лише передають інформацію, але й надають тексту елементи заклику до дій або рекомендації. Це дозволяє виданням висловлювати свою позицію щодо того, які дії слід вжити на міжнародному рівні для підтримки України або для вирішення проблеми.

Наприклад, у фразі “*The international community must support Ukraine*” використання модального дієслова *must* підкреслює необхідність невідкладних дій з боку світової спільноти. Це створює певний тиск на аудиторію, закликаючи до колективної відповідальності за вирішення ситуації. Модальні дієслова такого типу часто використовуються у публікаціях *The Washington Post* та *Financial Times* для того, щоб підкреслити глобальний обов’язок підтримки України у її боротьбі за суверенітет та демократичні цінності.

*Should* є іншим модальним дієсловом, яке часто вживається у рекомендаційному контексті, вказуючи на бажані або необхідні кроки для досягнення позитивних змін. Наприклад, фрази типу “*Ukraine should continue its reforms*” вказують на необхідність продовження реформаторського шляху, який був розпочатий після Революції гідності. Використання *should* також дозволяє медіа м’яко рекомендувати конкретні дії, не вдаючись до категоричних заяв. У публікаціях *Politico* та *The Economist* часто зустрічаються такі формулювання, які мають на меті підкреслити важливість довготривалих зусиль України у сфері реформ і боротьби з корупцією.

*Can* також відіграє важливу роль у медійному дискурсі, особливо в контексті можливостей та потенційних рішень. Наприклад, у фразі “*Ukraine can achieve stability with international support*” медіа наголошують на можливості позитивного розвитку подій, якщо буде забезпечена необхідна міжнародна допомога. Це створює більш оптимістичний наратив і підкреслює важливість подальшої співпраці між Україною та її міжнародними партнерами.

Однією з ключових функцій модальних дієслів у дискурсі про Україну є формування уявлення про необхідність міжнародної підтримки та спільних дій. Модальні дієслова часто використовуються для того, щоб підкреслити важливість консолідованих зусиль з боку міжнародної спільноти, що стає особливо актуальним у світлі санкцій проти Росії та надання військової та гуманітарної допомоги Україні.

Фрази на зразок “*The West must maintain pressure on Russia*” або “*Ukraine’s allies should continue their military aid*” [99], які можна зустріти в таких виданнях, як *CNN* або *Reuters*, підкреслюють важливість постійної підтримки України у боротьбі з агресією. Використання модальних дієслів у цьому контексті має на меті створити відчуття відповідальності серед західних держав, а також підштовхнути до дій, які можуть допомогти Україні вистояти в умовах війни.

Використання евфемізмів та політично коректної лексики є важливим інструментом у медійному дискурсі, особливо коли йдеться про конфліктні ситуації, такі як війна в Україні. Англійські медіа часто застосовують ці лексичні засоби для пом'якшення емоційного тону текстів, зниження гостроти дискусій та підтримки нейтрального підходу до висвітлення подій. Це не лише дозволяє забезпечити більш широкий доступ до матеріалів для різних аудиторій, але й допомагає уникнути категоричних висновків, які можуть спричинити політичні суперечки.

Евфемізми відіграють важливу роль у пом'якшенні висловлювань, пов'язаних з війною та військовими діями. Замість прямих і часто емоційно забарвлених термінів, таких як “*war*” (війна) або “*invasion*” (вторгнення), журналісти використовують менш напружені терміни на кшталт “*conflict*” (конфлікт) або “*military operation*” (військова операція). Наприклад, у статтях *BBC News* чи *The Washington Post* [98] часто можна зустріти фразу “*the ongoing conflict in Ukraine*”, що дозволяє трохи

знизити гостроту повідомлень про воєнні дії, роблячи їх більш нейтральними і прийнятними для аудиторії. Це особливо важливо для міжнародних медіа, які намагаються зберігати об'єктивність у висвітленні подій та уникати емоційного забарвлення, яке може вплинути на сприйняття матеріалу.

Використання евфемізмів дозволяє знизити емоційне напруження та уникнути жорстких оцінок. Наприклад, термін “*military operation*” замість “*invasion*” вживається для опису дій Росії в Україні, щоб не загострювати конфлікт між різними політичними групами всередині міжнародної аудиторії. Цей підхід дозволяє створити більш збалансовану та менш конфронтаційну картину подій, яка може бути прийнята ширшою аудиторією. У публікаціях *The Guardian* [97] можна знайти вислови на кшталт “*Russia’s military intervention in Ukraine*”, які звучать м'якше, ніж безпосереднє використання слова “*invasion*”.

Політично коректна лексика є ще одним важливим аспектом сучасного медійного дискурсу. В англomовних медіа це особливо помітно у висвітленні міжнародних конфліктів, де надмірно категоричні судження можуть викликати різкі реакції або загострення ситуації. Наприклад, у контексті війни в Україні замість прямої вказівки на агресора часто використовують такі терміни, як “*parties to the conflict*” або “*disputed territories*”, що допомагає уникати прямих звинувачень.

Такий підхід дозволяє створювати більш збалансований наратив, у якому увага зосереджується на фактах, а не на оцінці сторін. Це також сприяє збереженню нейтральності, яка є важливою для міжнародних медіа, таких як *Reuters* або *Al Jazeera* [109], які намагаються доносити інформацію до різноманітної аудиторії без ризику бути звинуваченими у зайнятті однієї з політичних позицій. Наприклад, замість фрази “*Russia invaded Ukraine*” може бути використана конструкція “*the conflict between Russia and Ukraine*”, яка знижує рівень конфліктності у висловлюванні.

Окрім опису військових дій, евфемізми та політично коректна лексика часто використовуються для опису міжнародних санкцій та дипломатичних заходів. Терміни на кшталт “*economic measures*” (економічні заходи) або “*restrictive actions*” (обмежувальні дії) є прикладами пом'якшеного опису санкцій, які вводяться проти

держав, зокрема Росії. У статтях *The New York Times* чи *Financial Times* можна зустріти вирази типу “*the West imposed restrictive measures on Russia*”, що звучить менш агресивно, ніж “*sanctions*” або “*penalties*” [95]. Ці формулювання дозволяють медіа залишатися в рамках політично коректного дискурсу і не створювати надмірно конфліктного тону у своїх публікаціях.

Застосування політично коректної лексики також важливе для висвітлення гуманітарних аспектів війни. Наприклад, терміни на кшталт “*internally displaced persons*” (внутрішньо переміщені особи) замість “*refugees*” (біженці) дозволяють уникати негативних асоціацій та допомагають зберегти нейтральний тон при обговоренні проблеми масової міграції населення внаслідок війни. Це також сприяє більш прийнятному висвітленню теми для різних міжнародних аудиторій.

Для міжнародних медіа, які орієнтуються на широку аудиторію, особливо важливо уникати термінів, що можуть викликати надмірне емоційне збурення або гострі політичні суперечки. Евфемізми дозволяють журналістам уникати жорстких визначень і залишати простір для подальшого аналізу ситуації. Наприклад, у статтях *CNN* або *Euronews* можна часто побачити м'якші формулювання, які дозволяють уникнути категоричних висновків про відповідальних за конфлікт, що робить тексти менш поляризуючими.

Така практика особливо корисна у висвітленні ситуацій, де деталі можуть бути суперечливими або незрозумілими для міжнародної аудиторії. Використання нейтральних або м'якших термінів дозволяє медіа зосередитися на фактах і уникати додаткового політичного забарвлення текстів. Це, з одного боку, зберігає довіру до джерела інформації, а з іншого — дозволяє не викликати негативних реакцій з боку різних груп читачів.

Незважаючи на використання політично коректної лексики, англomовні медіа активно застосовують емоційно забарвлену лексику для підсилення драматичного ефекту та привернення уваги міжнародної аудиторії до подій в Україні. Це поєднання дозволяє збалансувати нейтральність у висвітленні політичних і військових аспектів конфлікту з необхідністю показати глибину гуманітарної кризи та емоційні наслідки війни для цивільного населення. Використання слів на кшталт

“tragedy” (трагедія), “devastation” (спустошення), “atrocities” (звірства) дозволяє медіа підкреслити масштаб руйнувань і втрат, пов'язаних з війною, і водночас забезпечити сильний емоційний вплив на аудиторію.

Важливим аспектом емоційно забарвленої лексики є її здатність звертати увагу на гуманітарний аспект війни. Висвітлюючи страждання цивільних, медіа створюють потужний емоційний наратив, який підсилює драматизм подій. Наприклад, у публікаціях *CNN* [103] часто можна побачити такі вирази, як “the tragedy of Ukraine” або “the devastation caused by Russian attacks”, що підкреслюють масштаб руйнувань і величезні людські втрати, завдані війною. Використання цих термінів дозволяє медіа підкреслити невинність жертв, зробивши акцент на стражданнях мирного населення.

Емоційно забарвлена лексика також використовується для посилення уваги до гуманітарної кризи, що розгортається внаслідок війни. У статтях *Al Jazeera* [109] часто зустрічаються фрази на кшталт “atrocities committed against civilians”, що вказують на серйозні порушення прав людини, які стали невід'ємною частиною конфлікту. Використання таких сильних термінів дозволяє медіа створити образ війни як катастрофи, яка має глобальні наслідки і потребує міжнародної реакції. Це також формує уявлення про Україну як про країну, яка потерпає від важкої трагедії та потребує негайної допомоги.

Ще одним потужним інструментом створення емоційного ефекту є використання драматичних метафор, які підсилюють масштаб та інтенсивність подій. Наприклад, Україна часто зображується як “a land torn apart by war” (земля, роздерта війною) або як “a country on the brink of collapse” (країна на межі колапсу), що створює у читача відчуття безпосередньої загрози та кризи. Ці метафори допомагають підсилити враження від катастрофічних подій і формують емоційне ставлення до них. Наприклад, у заголовках *The New York Times* або *BBC News* можна побачити фрази на кшталт “the devastation of Ukrainian cities” або “the shattered lives of millions” [101], які акцентують увагу на руйнуваннях та величезних втрати, які відчуває кожен українець.

Подібні метафори допомагають сформувати образ України як країни, яка

переживає найглибшу кризу у своїй історії, що дозволяє іноземним читачам краще зрозуміти масштаб війни та її руйнівні наслідки. Це підсилює відчуття солідарності з українським народом і стимулює міжнародну спільноту до активнішої підтримки.

Англомовні медіа часто вдаються до використання таких термінів, як *“humanitarian catastrophe”* (гуманітарна катастрофа), *“human suffering”* (людські страждання) та *“war-torn”* (розірвана війною) для опису стану України. Це дозволяє зробити акцент на тому, що війна несе катастрофічні наслідки для звичайних людей, знищуючи їхній спосіб життя, інфраструктуру та майбутнє. У статтях *The Guardian* можна зустріти вирази на зразок *“Ukraine’s shattered infrastructure and displaced millions”* [104], що підкреслює не тільки фізичні руйнування, але й масову міграцію населення через війну. Це створює враження війни як катаклізму, який має далекосяжні наслідки для всього регіону.

Підкреслення гуманітарної катастрофи має на меті не тільки інформувати, але й вплинути на міжнародну громадську думку, стимулюючи підтримку гуманітарних зусиль та активнішу допомогу Україні. Застосування емоційно забарвлених термінів у цьому контексті допомагає зробити конфлікт уявним і доступним для міжнародної аудиторії, навіть якщо він розгортається далеко від їхніх кордонів.

Хоча політично коректна лексика спрямована на нейтралізацію риторики та уникнення надмірно жорстких оцінок, емоційно забарвлена мова допомагає збалансувати цей нейтралітет, роблячи події ближчими та зрозумілішими для широкої аудиторії. Медіа використовують цю лексику для створення сильного емоційного зв'язку між читачами та подіями, які відбуваються в Україні. Це дозволяє залучити більшу кількість людей до обговорення війни, підвищити рівень обізнаності та стимулювати міжнародну підтримку.

Зокрема, у таких виданнях, як *CNN* та *Al Jazeera*, емоційно забарвлені вирази використовуються для підкреслення критичних моментів конфлікту. Фрази на кшталт *“the horrors of war”* або *“the unimaginable suffering of civilians”* привертають увагу до гуманітарних наслідків війни та спонукають до активних дій з боку міжнародної спільноти [109].

Отже, використання емоційно забарвленої лексики є важливим елементом

медійного дискурсу про події в Україні, незважаючи на загальну тенденцію до політично коректної мови. Терміни на кшталт *“tragedy”*, *“devastation”*, *“atrocities”* дозволяють підсилити драматизм подій і привернути увагу до гуманітарної кризи, яка розгортається внаслідок війни. Ця лексика підсилює емоційний вплив на міжнародну аудиторію та формує уявлення про Україну як про країну, яка переживає важку трагедію, потребує негайної допомоги і підтримки з боку світової спільноти.

Таблиця 2.2 ілюструє основні мовні засоби, які використовуються англomовними мас-медіа для висвітлення подій, пов'язаних з Україною. У ній детально розглядаються такі елементи, як політично коректна лексика, евфемізми, емоційно забарвлена лексика, пасивні конструкції, модальні дієслова, метафори, лексика європейської інтеграції та військова риторика.

Таблиця 2.2

## Лексико-граматичні особливості представлення України

Лексико-граматична особливість	Приклад	Роль у формуванні іміджу України
Політично коректна лексика	“parties to the conflict” (BBC News), “military operation” (The Guardian)	Уникнення категоричних суджень, збереження нейтральності, мінімізація конфронтації
Евфемізми	“conflict” замість “war” (The Washington Post), “military intervention” замість “invasion” (Al Jazeera)	Пом'якшення емоційного забарвлення, створення більш прийнятної для аудиторії дискурсу
Емоційно забарвлена лексика	“tragedy” (CNN), “devastation” (BBC News), “atrocities” (Al Jazeera)	Підкреслення гуманітарної кризи, створення емоційного зв'язку з читачем
Пасивні конструкції	“Sanctions were imposed on Russia” (Reuters), “Ukraine was	Фокус на діях та наслідках, а не на суб'єктах, забезпечення нейтральності

	invaded” (The New York Times)	
Модальні дієслова	“The international community must support Ukraine” (The Washington Post), “Ukraine should continue its reforms” (Financial Times)	Акцент на необхідності дій, заклики до підтримки та продовження реформ
Метафори	“Ukraine is the frontline of democracy” (The New York Times), “a land torn apart by war” (BBC News)	Підсилення драматизму подій, формування уявлення про Україну як форпост у боротьбі за демократичні цінності
Лексика, що підкреслює європейську інтеграцію	“Ukraine’s pursuit of European integration” (Politico), “the reforms initiated by the Ukrainian government” (The Economist)	Створення позитивного іміджу України як країни, що прагне демократичних реформ та європейського шляху розвитку
Військова риторика	“resistance” (The Guardian), “defense” (CNN), “struggle” (Reuters)	Створення уявлення про Україну як країну, яка героїчно бореться за свою незалежність

Лексико-граматичні особливості представлення України в англomовних мас-медіа є важливим елементом формування міжнародного іміджу країни. Використання політичної та військової термінології, метафоричних конструкцій, пасивних форм та модальних дієслів дозволяє створити комплексне уявлення про події в Україні, підкреслюючи її боротьбу за незалежність, демократичний розвиток і підтримку з боку міжнародної спільноти.

### 2.3 Порівняльний аналіз позитивних та негативних образів України

Представлення України в англomовних мас-медіа варіюється залежно від конкретних видань та політичного контексту. Цей розділ досліджує, як формуються як позитивні, так і негативні образи України, розкриваючи основні теми, риторичні прийоми та лексико-граматичні засоби, що використовуються у медійному дискурсі.

Україна в англomовних мас-медіа часто зображається як символ боротьби за



свободу та демократичні цінності, особливо після ключових подій останніх років, таких як Революція гідності 2014 року та початок конфлікту на сході країни. Ці події спричинили різкий інтерес до України з боку міжнародних медіа, і саме з цього моменту значна частина публікацій стала акцентувати увагу на її європейських прагненнях, боротьбі за незалежність та стійкості перед зовнішньою агресією.

Одним із основних елементів позитивного образу України є її позиція як фронтова держава в глобальній боротьбі за демократію. Таке представлення сприяє формуванню уявлення про Україну не лише як про окремих регіональний гравець, але як про ключовий елемент світової політичної системи, що протистоїть авторитарним режимам. Наприклад, видання *The New York Times* використовує метафору “*Ukraine is the frontline of democracy*”, що підкреслює унікальність позиції України як країни, яка захищає демократичні цінності не лише для свого населення, але й для всього світу. Ця метафора також створює враження про те, що Україна — це не просто жертва агресії, а країна, що активно бореться за свободу та справедливість у міжнародному контексті.

Цей наратив підсилюється також у публікаціях інших видань, які роблять акцент на європейських прагненнях України. Висловлювання на кшталт “*Ukraine’s pursuit of European integration*” (*Politico*) підкреслюють готовність країни слідувати європейським цінностям, реформуватися та долати корупційні виклики. Це представлення не лише сприяє формуванню позитивного іміджу України, але й виступає важливим сигналом для міжнародної аудиторії, що Україна прагне стати частиною європейської спільноти.

Окремий аспект позитивного образу України полягає у висвітленні її реформистських зусиль та бажання інтегруватися в європейське співтовариство. Після подій Євромайдану, з’явилися численні публікації, що підкреслюють прагнення України до глибоких політичних та економічних реформ. У цьому контексті важливе місце займають слова на кшталт *reforms* (реформи), *democracy* (демократія), *rule of law* (верховенство права) та *European values* (європейські цінності), які активно використовуються в публікаціях таких медіа, як *Politico*, *The Economist* та *Financial Times*.

Цей дискурс формує позитивний імідж України як країни, яка активно долає свої внутрішні проблеми, такі як корупція та політична нестабільність, і прагне до досягнення європейських стандартів. Наприклад, *The Economist* у своїх публікаціях часто підкреслює важливість реформ в Україні, акцентуючи на їхній вплив на політичну стабільність та економічний розвиток країни. Статті на кшталт “*Ukraine’s reforms: a step closer to European integration*” формують уявлення про Україну як про державу, що поступово інтегрується в європейський простір та рухається шляхом прогресивних змін.

Україна також зображується як героїчний захисник своїх національних інтересів та незалежності. Публікації в англійськомовних медіа часто підкреслюють мужність та стійкість українського народу у протистоянні російській агресії. Цей наратив будується на таких поняттях, як *resistance* (опір), *defense* (оборона) та *struggle* (боротьба), що дозволяє міжнародній аудиторії побачити Україну як країну, що героїчно протистоїть зовнішнім загрозам.

Зокрема, *The Guardian* часто використовує вирази на зразок “*Ukraine’s resistance to Russian aggression*”, що акцентує увагу на силі духу українців та їхньому прагненні захистити свою країну від зовнішньої загрози. Цей наратив додає Україні образ жертви агресії, але водночас підкреслює її рішучість не здаватися і боротися за власне майбутнє. Це також сприяє міжнародній підтримці, оскільки Україна постає перед світом як форпост у боротьбі за демократію та свободу.

Часто медіа підкреслюють необхідність підтримки України з боку міжнародної спільноти, що підсилює позитивний образ країни як важливого партнера у світовій політиці. Висловлювання на кшталт “*The West must continue its support for Ukraine*” (*CNN*) акцентують на тому, що Україна потребує постійної допомоги з боку західних країн у війні проти агресії та в процесі реформ. Це підкреслює не тільки важливість підтримки, але й те, що Україна сприймається як країна, яка заслуговує на цю підтримку завдяки своїм зусиллям і стійкості.

Загалом, позитивний образ України в англійськомовних мас-медіа базується на її ролі як символу боротьби за демократичні цінності, реформ та європейської інтеграції. Це зображення сприяє формуванню у міжнародній аудиторії уявлення про

Україну як про країну, що активно прагне змін, готова захищати свою незалежність і стати частиною європейської родини.

Основні елементи позитивного образу України, які відображені у цих статтях, можна побачити через використання численних ключових фраз, що акцентують увагу на різних аспектах української боротьби, міжнародної підтримки та співчуття до українського народу.

Наведемо приклади:

\* *“Ukrainian servicemen fire a self-propelled cannon towards Russian positions at a front line in the Donetsk region”* (CNN) — фраза, що підкреслює активні військові дії України, акцентуючи на її здатності чинити опір агресії.

\* *“Ukraine’s military says it has carried out a strike on a large oil terminal off the coast of the occupied Crimean Peninsula”* (BBC News) — фраза, яка підкреслює успішність військових операцій України на тимчасово окупованих територіях.

\* *“Ukrainian forces have launched another wave of precision strikes against Russian targets”* (CNN) — акцент на точності та стратегічному характері українських військових дій.

\* *“Ukraine’s resistance to Russian aggression”* (The Guardian) — акцент на героїчному спротиві українців в умовах війни.

\* *“Ukraine has effectively used its own long-range drones to strike deep inside Russian territory”* (CNN) — підкреслює інноваційний підхід України до війни, зокрема використання сучасних технологій.

\* *“The US military’s top commander in Europe compiled a list of weapons systems that could help Ukraine in its fight against Russia”* (CNN) — демонструє готовність США підтримувати Україну в її боротьбі, надаючи сучасне озброєння.

\* *“The West must support Ukraine in its struggle”* (CNN) — чітке закликання до міжнародної підтримки України.

\* *“The international community has come together to provide humanitarian aid to Ukraine”* (Al Jazeera) — акцент на солідарності світової спільноти з Україною.

\* *“US officials argue that the US’ limited supply of long-range ATACMS systems are better used against targets in Crimea”* (CNN) — підкреслює стратегічну

підтримку та рішення партнерів надавати допомогу Україні.

\* *“Ukraine has gained the unwavering support of the international community”* (The Washington Post) — підкреслює стійку міжнародну підтримку України.

\* *“Britain imposed sanctions on Russian troops involved in using chemical weapons on the battlefield in Ukraine”* (Reuters) — підтримка України через санкційні заходи.

\* *“The West must continue to provide critical military aid to Ukraine”* (CNN) — акцент на необхідності постійної підтримки з боку західних країн.

\* *“Five ambulances have been acquired and filled with supplies by St Lawrence Church in Towcester”* (BBC News) — приклад підтримки на рівні громад для допомоги Україні.

\* *“President Zelensky came armed with a detailed list of targets inside Russia that he wants to hit with US-provided long-range missiles”* (CNN) — показує координацію між Україною та США у питаннях військової допомоги.

\* *“Ukraine’s pursuit of European integration is a testament to its dedication to democratic reforms”* (BBC News) — демонструє прагнення України до європейської інтеграції та впровадження реформ.

\* *“Ukraine continues to push for critical reforms despite ongoing challenges”* (Financial Times) — підкреслює реформаторські зусилля України.

\* *“Ukraine is on a path of democratic reforms and shares the European values of freedom, rule of law, and human rights”* (Financial Times) — підкреслює спільні цінності України та Європи.

\* *“Ukraine’s commitment to European principles is crucial in its fight for sovereignty and democracy”* (The Economist) — Україна зображується як країна, яка поділяє європейські цінності у боротьбі за суверенітет.

\* *“The international humanitarian response to Ukraine’s crisis has been unprecedented”* (BBC News) — показує масштабну міжнародну підтримку України через гуманітарні ініціативи.

\* *“The town has successfully delivered its fifth ambulance to Ukraine, filled*

*with medical supplies for frontline paramedics*” (BBC News) — приклад солідарності та підтримки з боку звичайних громадян.

\* *“The vehicle full of medical supplies completed a 1,350-mile journey from Towcester in Northamptonshire to Lviv”* (BBC News) — демонструє відданість міжнародної спільноти у допомозі Україні.

\* *“The global community has come together to provide humanitarian aid to Ukraine”* (Al Jazeera) — показує об'єднання світових сил для допомоги українському народові.

\* *“The international humanitarian effort is a testament to the global commitment to Ukraine’s fight for survival”* (CNN) — акцент на підтримці української боротьби на рівні гуманітарної допомоги.

\* *“Despite challenges, Ukraine continues to push for reforms that will transform its economy and society”* (Financial Times) — підкреслює наполегливість у здійсненні реформ.

\* *“Ukraine’s reform agenda is crucial for its future stability and prosperity”* (The New York Times) — акцентує увагу на важливості реформ для майбутнього України.

\* *“Ukraine’s economic recovery is closely tied to its ability to implement critical reforms”* (The Economist) — фраза, що демонструє зв'язок між економічним відновленням та реформами.

\* *“Ukraine is Europe’s shield against Russian aggression”* (Politico) — підкреслює важливість України для європейської безпеки.

\* *“Ukraine’s fight is not only for its sovereignty but also for the preservation of democracy in Europe”* (The Guardian) — акцентує на ролі України у захисті європейських демократичних цінностей.

\* *“Ukraine stands as the frontline of democracy in Europe”* (The Washington Post) — підкреслює геополітичне значення України для Європи.

Ці фрази підтверджують ключові елементи позитивного образу України в англійськомовних медіа, які підкреслюють її стійкість, міжнародну підтримку, прагнення до реформ та важливість для безпеки Європи.

Таблиця 2.2 ілюструє основні елементи, що формують позитивний образ України в англomовних мас-медіа, та їхні приклади з конкретних джерел.

Таблиця 2.2

## Елементи позитивного образу України в англomовних мас-медіа

Елемент позитивного образу	Приклад	Джерело
Символ боротьби за демократичні цінності	“Ukraine is the frontline of democracy”	The New York Times
Прагнення до європейської інтеграції	“Ukraine’s pursuit of European integration”	Politico
Європейські реформи	“Ukraine’s reforms: a step closer to European integration”	The Economist
Стійкість і героїзм у боротьбі з агресією	“Ukraine’s resistance to Russian aggression”	The Guardian
Міжнародна підтримка	“The West must continue its support for Ukraine”	CNN
Європейські цінності та верховенство права	“Ukraine’s commitment to European principles and rule of law”	Financial Times
Роль України у глобальній політиці	“Ukraine’s strategic importance in the fight against authoritarianism”	The Washington Post
Зусилля у боротьбі з корупцією	“Ukraine continues to fight endemic corruption as part of its reform agenda”	Reuters
Акцент на національній незалежності та суверенитеті	“Ukraine is defending its sovereignty against Russian aggression”	BBC News
Образ жертви, що захищається від агресії	“Ukraine remains steadfast in the face of Russian invasion”	Al Jazeera

Негативний образ України, який часто підкреслюється в англomовних мас-медіа, зазвичай зосереджується на двох основних аспектах — корупції та політичній нестабільності. Ці теми формують у міжнародній аудиторії образ країни, яка стикається з серйозними внутрішніми проблемами, що можуть уповільнити або навіть зірвати її європейську інтеграцію та прогрес у реформах. Цей наратив є контрастом до позитивного образу України як символу боротьби за свободу і демократію, оскільки він ставить під сумнів здатність країни подолати власні недоліки.

Корупція є однією з найбільших проблем, яка затьмарює міжнародний імідж

України. Англomовні мас-медіа часто акцентують на корупційних скандалах і постійних труднощах у боротьбі з цією проблемою. Наприклад, видання *Reuters* та *BBC News* регулярно публікують статті, що висвітлюють проблеми корупції на всіх рівнях української політичної системи. У публікаціях часто вживаються такі терміни, як “*endemic corruption*” або “*systemic corruption*”, що підкреслює тривалість і глибину цієї проблеми. Фрази на кшталт “*Ukraine’s struggle with endemic corruption*” (*Reuters*) формують уявлення про країну, яка досі не може впоратися зі своїми внутрішніми викликами, що ставить під сумнів успішність її реформаторських зусиль.

Корупція також часто висвітлюється в контексті міжнародної допомоги та співпраці. Західні країни, які надають Україні фінансову та технічну допомогу, часто акцентують на необхідності боротьби з корупцією як однієї з основних умов для подальшої підтримки. У статтях *Financial Times* можна зустріти фрази на зразок “*Western governments are concerned about the slow progress in Ukraine’s anti-corruption reforms*”, що вказує на скептицизм щодо здатності України ефективно впроваджувати зміни. Цей наратив підкреслює недовіру міжнародних партнерів і створює негативний імідж України як країни, що зіштовхується з величезними бар’єрами на шляху до реформ.

Ще однією важливою темою, яка формує негативний образ України, є політична нестабільність. Англomовні мас-медіа часто використовують риторику нестійкості та невизначеності, підкреслюючи внутрішні політичні конфлікти, які заважають країні рухатися вперед. Фрази на кшталт “*Ukraine’s fragile political system*” або “*the ongoing instability in Ukraine*” (*BBC News*) створюють образ країни, яка не здатна подолати свої політичні виклики, що робить її вразливою до зовнішніх загроз і внутрішніх криз.

Політична нестабільність також часто висвітлюється в контексті змін урядів та відсутності послідовності у проведенні реформ. Англomовні медіа акцентують увагу на частих змінах керівництва та політичних конфліктах, які гальмують реформаторські процеси. У публікаціях *The Economist* зазначається, що “*Ukraine’s political infighting continues to hamper its progress*”, що підкреслює нестійкість



політичної системи та невизначеність у майбутньому розвитку країни. Така риторика формує у міжнародних інвесторів та партнерів побоювання щодо можливостей стабільного розвитку України в довгостроковій перспективі.

Ще один аспект, який підсилює негативний образ України, — це затримки у впровадженні економічних реформ. Англomовні мас-медіа часто підкреслюють, що, попри обіцянки та зусилля, економічні реформи в Україні йдуть повільно і не приносять очікуваних результатів. Фрази на зразок “*Ukraine struggles to implement meaningful economic reforms*” (*Financial Times*) акцентують на відсутності значного прогресу в реформах, що знижує довіру міжнародних інвесторів і створює перешкоди для економічного розвитку.

Такі висловлювання формують негативний наратив про Україну як країну, яка не здатна самотійно вирішити свої економічні проблеми. Це особливо негативно впливає на імідж країни серед іноземних інвесторів, які можуть розглядати політичну та економічну нестабільність як значні ризики для ведення бізнесу в Україні.

Часто Україна порівнюється з іншими пострадянськими державами, які змогли досягти більшого прогресу у впровадженні реформ. Наприклад, у публікаціях *The Washington Post* зустрічаються висловлювання, що порівнюють Україну з Грузією або країнами Балтії, підкреслюючи, що ці держави змогли досягти більших успіхів у боротьбі з корупцією та побудові стабільних політичних інститутів. Такі порівняння підсилюють негативний образ України як країни, що відстає у своєму реформаторському шляху.

Таблиця 2.3 ілюструє основні елементи, що формують негативний образ України в англomовних мас-медіа, і містить конкретні приклади з різних джерел.

Таблиця 2.3

Основні елементи, що формують негативний образ України в англomовних  
мас-медіа

Елемент негативного образу	Приклад	Джерело
Корупція	“Ukraine’s struggle with endemic corruption”	Reuters

Системні проблеми у боротьбі з корупцією	“Ukraine has a long way to go in its fight against corruption”	BBC News
Затримки у впровадженні реформ	“Ukraine struggles to implement meaningful economic reforms”	Financial Times
Політична нестабільність	“Ukraine’s fragile political system”	BBC News
Політичні внутрішні конфлікти	“Ukraine’s political infighting continues to hamper its progress”	The Economist
Недовіра міжнародних партнерів	“Western governments are concerned about the slow progress in Ukraine’s anti-corruption reforms”	Financial Times
Вплив на інвестиційну привабливість	“Ukraine’s instability raises concerns among foreign investors”	The Washington Post
Порівняння з іншими пострадянськими країнами	“Unlike the Baltic states, Ukraine has struggled to implement effective reforms”	The Washington Post
Відсутність стабільної політичної системи	“The ongoing instability in Ukraine makes its future uncertain”	BBC News

Ось розширений перелік прикладів фраз, що формують негативний образ України в англomовних мас-медіа:

\* *“Corruption remains a persistent challenge for Ukraine” (Reuters)* — підкреслює проблему корупції, яка продовжує бути ключовим фактором, що стримує розвиток країни.

\* *“Ukraine’s struggle with endemic corruption hampers foreign investment” (Reuters)* — акцент на корупції, яка негативно впливає на іноземні інвестиції.

\* *“Ukraine’s fragile political system hampers its progress” (BBC News)* — акцент на політичній нестабільності, яка заважає Україні рухатися вперед.

\* *“Political infighting continues to plague Ukraine’s government” (The Washington Post)* — підкреслює внутрішні політичні конфлікти, що уповільнюють розвиток реформ.

\* *“Despite efforts, Ukraine has been unable to rid itself of its pervasive corruption” (The New York Times)* — акцент на неспроможності України ефективно

боротися з корупцією.

\* *“Ukraine’s political elites remain divided, making it difficult to implement reforms” (CNN)* — внутрішні політичні суперечки є бар’єром для проведення реформ.

\* *“The lack of political stability in Ukraine has resulted in continuous economic challenges” (BBC News)* — політична нестабільність впливає на економічний розвиток.

\* *“Ukraine’s government is mired in corruption, which makes progress difficult” (Financial Times)* — корупція гальмує прогрес у країні.

\* *“Political instability continues to be a major issue in Ukraine’s path to reform” (The Economist)* — підкреслює, що політична нестабільність заважає проведенню реформ.

\* *“Corruption and political divisions have undermined Ukraine’s efforts to reform its economy” (The Guardian)* — корупція та політичні розбіжності підривають реформаторські зусилля.

\* *“Ukraine remains one of the poorest countries in Europe, with its economy still struggling to recover” (BBC News)* — акцент на низькому рівні економічного розвитку країни.

\* *“Despite the influx of international aid, Ukraine’s economic reforms have been slow and insufficient” (CNN)* — критика повільних реформ, незважаючи на допомогу.

\* *“Ukraine’s economic instability threatens its future development” (The Financial Times)* — економічна нестабільність загрожує майбутньому України.

\* *“Economic recovery in Ukraine has been hampered by corruption and inefficient governance” (Reuters)* — підкреслює, що економічне відновлення гальмується корупцією.

\* *“Ukraine’s slow progress on economic reforms raises concerns among international donors” (The Guardian)* — міжнародні донори сумніваються у здатності України до ефективних реформ.

\* *“Ukraine’s debt crisis remains unresolved, putting additional pressure on the*

*country's already fragile economy*” (BBC News) — економічні труднощі посилюються борговими зобов'язаннями країни.

\* *“The country's reliance on foreign aid highlights its inability to sustain its economy”* (CNN) — акцент на залежності України від зовнішньої допомоги.

\* *“Despite efforts, Ukraine's economic reforms have not yielded the expected results”* (Financial Times) — реформи не дають очікуваних результатів.

\* *“Ukraine's ongoing conflict has severely damaged its economic prospects”* (The Economist) — війна значно погіршує економічні перспективи країни.

\* *“Ukraine's failure to tackle corruption has left its economy stagnating”* (The Guardian) — корупція є головною причиною економічної стагнації.

\* *“Ukraine's inability to end the conflict in the Donbas region continues to drain its resources”* (Reuters) — війна виснажує ресурси країни.

\* *“The ongoing war in Ukraine has caused massive destruction and displacement, with no end in sight”* (BBC News) — акцент на руйнівних наслідках війни та відсутності перспектив для її завершення.

\* *“Ukraine's military efforts have struggled to achieve significant gains”* (CNN) — підкреслює військові труднощі України.

\* *“Despite international support, Ukraine's war effort has not yielded a decisive victory”* (The Washington Post) — міжнародна допомога не призвела до вирішальної перемоги.

\* *“The conflict in Ukraine has devastated its infrastructure and economy”* (Financial Times) — конфлікт руйнує інфраструктуру та економіку країни.

\* *“Ukraine's war with Russia has led to a humanitarian crisis, with millions displaced”* (The Guardian) — війна спричинила гуманітарну кризу.

\* *“The ongoing instability in Ukraine's eastern regions threatens its national unity”* (BBC News) — нестабільність на сході країни загрожує національній єдності.

\* *“Ukraine's military is under strain as the war drags on”* (CNN) — українська армія переживає труднощі через тривалість конфлікту.

\* *“The war in Ukraine shows no signs of resolution, raising concerns about the country's future”* (Reuters) — війна не має вирішення, що викликає занепокоєння

щодо майбутнього України.

\* *“Ukraine’s prolonged conflict with Russia has weakened its ability to recover”* (*The Economist*) — тривалий конфлікт послаблює можливості відновлення України.

*Основні негативні елементи:*

\* Більшість негативних згадок стосуються корупції та неспроможності України вирішити ці проблеми, що підриває її розвиток.

\* Економічна нестабільність та повільні реформи викликають серйозне занепокоєння серед міжнародних партнерів.

\* Війна на сході України та її наслідки, включаючи руйнування інфраструктури та гуманітарні кризи, підривають позитивний образ країни.

Ці фрази демонструють, як англomовні медіа акцентують увагу на проблемах, з якими стикається Україна, таких як корупція, політична нестабільність, економічні труднощі та тривалий конфлікт, що формує негативний образ країни на міжнародній арені.

Негативний образ України в англomовних мас-медіа формується навколо проблем корупції, політичної нестабільності та економічних труднощів. Ці теми підкреслюють виклики, з якими стикається країна, та ставлять під сумнів її здатність досягти значного прогресу у реформах. Попри те, що Україна активно працює над подоланням цих проблем, міжнародні медіа часто акцентують на недоліках, що знижує довіру з боку інвесторів та міжнародних партнерів.

Позитивний образ України базується на кількох ключових аспектах, зокрема на підкресленні її європейських прагнень, боротьби за демократію та героїзму у війні з Росією. Це представлення формує образ України як країни, яка не лише прагне до реформ та інтеграції з Європейським Союзом, але й виступає як форпост у глобальній боротьбі за свободу та демократичні цінності. У медійному просторі цей образ часто супроводжується риторикою підтримки міжнародної спільноти та відображенням України як важливого гравця на світовій арені, який потребує підтримки Заходу.

Україна часто зображується як країна, яка намагається вирватися з тіні

радянського минулого і рухається в напрямку європейської інтеграції. Публікації в англomовних медіа на кшталт *“Ukraine’s pursuit of European integration” (Politico)* підкреслюють, що Україна активно працює над проведенням реформ і налаштована на створення міцних демократичних інститутів. Висловлювання на зразок *“Ukraine’s commitment to European values” (The Economist)* сприяють формуванню позитивного іміджу країни як демократичного партнера, який прагне до відповідності європейським стандартам.

Крім того, у висвітленні англomовних медіа Україна постає як символ боротьби за демократичні цінності в умовах російської агресії. Під час війни з Росією такі видання, як *The New York Times* і *The Washington Post*, часто використовують риторику, яка підкреслює стійкість і героїзм українців, їхню боротьбу за незалежність та свободу. Наприклад, фраза *“Ukraine is the frontline of democracy” (The New York Times)* демонструє Україну як країну, що не тільки захищає свою територію від агресії, але й стоїть на передовій у глобальній боротьбі між демократією та авторитаризмом.

Такий позитивний образ України сприяє широкій підтримці з боку міжнародної спільноти. Англomовні медіа наголошують на важливості міжнародної допомоги, як фінансової, так і військової, щоб забезпечити перемогу України в цій боротьбі. Фрази на зразок *“The West must continue its support for Ukraine” (CNN)* підкреслюють необхідність постійної підтримки з боку країн Заходу, щоб Україна могла вистояти і продовжити свій шлях до демократичного розвитку.

Незважаючи на позитивний образ України як борця за свободу, англomовні медіа також часто акцентують увагу на її внутрішніх проблемах, таких як корупція та політична нестабільність. Ці теми формують негативний образ, який затьмарює європейські прагнення України і ставить під сумнів її здатність досягти реальних змін.

Корупція є однією з найбільших тем, що негативно впливають на міжнародний імідж України. Висловлювання на кшталт *“Ukraine’s struggle with endemic corruption” (Reuters)* підкреслюють, що корупція є глибоко вкоріненою проблемою, яка перешкоджає успішному впровадженню реформ і знижує довіру міжнародних

партнерів. Часто у медіа з'являються повідомлення про гучні корупційні скандали, які погіршують сприйняття України на міжнародному рівні.

Також політична нестабільність є ще одним важливим фактором, який формує негативний образ України. Фрази на зразок *“Ukraine’s fragile political system”* (BBC News) акцентують на слабкості політичних інститутів країни та частих змінах урядів, що створює враження хаосу та нестійкості. Така риторика посилюється під час політичних криз або виборів, коли англomовні медіа зосереджуються на політичних конфліктах і неспроможності досягти згоди між різними політичними силами.

Нарешті, тема невизначеності реформ часто обговорюється у контексті відсутності значущих економічних змін. Фрази на кшталт *“Ukraine struggles to implement meaningful economic reforms”* (Financial Times) формують уявлення про те, що Україна не досягла суттєвого прогресу в реформах, попри постійні обіцянки. Це створює негативний образ країни, яка, попри підтримку Заходу, не здатна вирішити свої внутрішні проблеми та забезпечити стійке зростання.

Образ України в англomовних мас-медіа — це поєднання як позитивних, так і негативних наративів, що співіснують і конкурують між собою. Позитивний образ, заснований на європейських прагненнях та героїзмі у війні з Росією, підкріплюється широкою підтримкою міжнародної спільноти та акцентом на важливості України для світової демократії. Водночас, негативний образ зосереджується на невирішених проблемах корупції та політичної нестабільності, що викликає сумніви у здатності країни подолати внутрішні виклики і успішно інтегруватися в європейську спільноту.

Ці два наративи — позитивний і негативний — мають суттєвий вплив на сприйняття України на міжнародній арені, формуючи ставлення урядів, інвесторів і світової спільноти в цілому. Позитивний образ України, побудований на підкресленні її боротьби за демократичні цінності, прагнення до європейської інтеграції та героїзму у війні з Росією, сприяє посиленню підтримки з боку міжнародних партнерів. Це проявляється у збільшенні військової допомоги, фінансової підтримки та гуманітарної допомоги. Країни Заходу бачать Україну як важливого гравця у захисті загальносвітових демократичних принципів, що мотивує

їх до підтримки як на політичному, так і на економічному рівні.

Медіа, висвітлюючи ці позитивні сторони, допомагають мобілізувати міжнародну підтримку, яка важлива для України у військовій сфері через постачання озброєння та військової техніки. Економічна підтримка також стає відчутнішою: міжнародні фінансові інституції, такі як МВФ і Світовий банк, активніше надають кредити та фінансову допомогу, розуміючи, що Україна продовжує реформуватися і прагне до європейських стандартів. Підкреслюючи ці аспекти, медіа створюють у міжнародній аудиторії почуття солідарності з Україною, що позитивно впливає на міжнародне співробітництво та дипломатичні відносини.

Однак негативний наратив, що акцентує на корупції, політичній нестабільності та затримці реформ, суттєво підриває довіру інвесторів та міжнародних партнерів. Статті, які описують «вкорінену корупцію» або «політичні кризи», викликають побоювання щодо здатності України впоратися з внутрішніми викликами, що впливає на рішення іноземних інвесторів вкладати в економіку країни. Іноземні компанії можуть вагатися щодо розширення бізнесу в Україні через нестабільне політичне середовище та проблеми з верховенством права. Корупція, як системна проблема, згадується у багатьох міжнародних медіа, що створює образ країни, яка не може повністю контролювати свої інституції.

Цей негативний образ також впливає на політичні рішення країн, що є партнерами України. Деякі уряди можуть виявляти обережність у наданні економічної або військової допомоги, боячись, що ці ресурси будуть використані не за призначенням через корупційні механізми. Крім того, в умовах нестабільності партнери можуть сумніватися у тривалій стійкості України як міжнародного союзника, що може вплинути на їхні довгострокові політичні та економічні плани щодо країни.

Медіа, таким чином, відображають складність і багатовимірність процесів, що відбуваються в Україні, і надають міжнародній аудиторії як причини для підтримки, так і приводи для занепокоєння. Інформаційний простір створює умови для обговорення України у різних контекстах: з одного боку, як героїчної країни, що захищає демократію, а з іншого — як країни, що бореться з внутрішніми



проблемами. Ці два наративи постійно співіснують у медійному дискурсі, формуючи водночас дwoяке сприйняття України у міжнародному співтоваристві.

*Приклади позитивних та негативних образів*

Позитивні образи:

\* “Ukraine is a symbol of resistance and democratic values” (The Washington Post) — підкреслює роль України як захисника свободи і демократії, важливість її боротьби для світової спільноти.

\* “Ukraine’s reforms bring it closer to European standards” (The Economist) — наголошує на тому, що реформи в Україні наближають країну до стандартів Європейського Союзу.

\* “Ukraine’s resilience against Russian aggression is inspiring” (The New York Times) — звертає увагу на стійкість українців у боротьбі проти зовнішньої агресії та на підтримку України з боку міжнародної спільноти.

\* “The West must continue its support for Ukraine’s reforms” (CNN) — підкреслює важливість міжнародної підтримки у реформаторському процесі, щоб забезпечити стабільність і прогрес.

\* “Ukraine’s pursuit of democratic reforms makes it a vital partner in Europe” (Politico) — описує Україну як важливого партнера Європи, який прагне впроваджувати демократичні зміни.

\* “Ukraine stands as the frontline of democracy in Europe” (The Guardian) — позиціонує Україну як захисника демократичних цінностей у Європі, особливо на фоні війни з Росією.

\* “Ukraine is making significant strides in fighting corruption” (Financial Times) — підкреслює позитивні кроки у боротьбі з корупцією, попри труднощі.

\* “Ukraine’s economic reforms are critical for its European integration” (BBC News) — акцентує увагу на тому, що реформи в економічній сфері є важливими для інтеграції України до ЄС.

Негативні образи:

\* “Corruption remains a persistent challenge for Ukraine” (Reuters) —

акцентує на нездатності країни подолати корупцію, що залишається великою проблемою для розвитку.

\* “Ukraine’s fragile political system hampers its progress” (BBC News) — звертає увагу на нестабільність політичної системи України, яка перешкоджає її розвитку.

\* “Economic instability threatens Ukraine’s recovery” (The Financial Times) — підкреслює економічну нестабільність в Україні, яка стає на заваді її прогресу і реформ.

\* “Political infighting undermines Ukraine’s reforms” (The Washington Post) — акцентує на внутрішніх політичних конфліктах, що заважають проведенню реформ і стабільності в країні.

\* “Ukraine’s struggle with endemic corruption hampers foreign investment” (Reuters) — підкреслює, що корупція є ключовим фактором, що стримує іноземні інвестиції в Україну.

\* “Ukraine remains divided by political instability” (The Economist) — описує політичні суперечки як один з основних чинників, що заважають стабільному розвитку країни.

\* “Slow progress in Ukraine’s reforms raises concerns in the West” (The Guardian) — висвітлює занепокоєння західних партнерів через відсутність швидких результатів у реформуванні країни.

\* “Ongoing war and internal divisions weaken Ukraine’s global position” (Al Jazeera) — акцентує на впливі війни та внутрішніх суперечок на міжнародне становище України.

Отже, англomовні медіа можуть одночасно формувати як позитивні, так і негативні образи України, залежно від контексту та акцентів у висвітленні подій.

Таблиця 2.4 демонструє порівняльний аналіз позитивного та негативного образів України в англomовних мас-медіа. Вона допомагає візуалізувати основні теми, що впливають на сприйняття України на міжнародному рівні, та показує, як ці два наративи співіснують у медійному просторі.

Порівняльний аналіз позитивного та негативного образів України в  
англомовних мас-медіа

Аспект аналізу	Позитивний образ	Негативний образ
Європейські прагнення та інтеграція	Україна прагне до інтеграції з ЄС, здійснює реформи та впроваджує європейські стандарти. "Ukraine's pursuit of European integration" (Politico)	Україна не може забезпечити стабільне впровадження реформ, затримки у реформах. "Ukraine struggles to implement meaningful reforms" (Financial Times)
Боротьба за демократичні цінності	Україна захищає демократичні цінності та свободи на міжнародному рівні. "Ukraine is the frontline of democracy" (The New York Times)	Політична нестабільність та відсутність міцних інститутів заважають прогресу. "Ukraine's fragile political system" (BBC News)
Війна з Росією та героїзм	Українці демонструють стійкість і героїзм у боротьбі з російською агресією. "Ukraine's resistance to Russian aggression" (The Guardian)	Війна затягується, що підсилює політичну та економічну нестабільність. "Ongoing instability due to conflict" (BBC News)
Міжнародна підтримка	Західні країни повинні підтримувати Україну у її боротьбі та реформах. "The West must continue its support for Ukraine" (CNN)	Міжнародна спільнота висловлює занепокоєння через недостатній прогрес у боротьбі з корупцією. "Concerns about slow progress in Ukraine's reforms" (Financial Times)
Корупція	Україна бореться з корупцією, намагається подолати її через реформи. "Ukraine's commitment to fighting corruption" (The Economist)	Корупція залишається серйозною проблемою, яка гальмує прогрес. "Ukraine's struggle with endemic corruption" (Reuters)
Економічні реформи	Україна проводить реформи для покращення економічного стану та інтеграції з ЄС. "Ukraine's reforms move it closer to Europe" (The Economist)	Відсутність суттєвих змін в економіці через затримки реформ. "Ukraine fails to implement meaningful economic reforms" (Financial Times)
Політична стабільність	Україна намагається побудувати стабільну демократичну систему	Часті зміни урядів і політичні конфлікти гальмують стабільність. "Political infighting

	через реформи. “Ukraine works to strengthen its democratic institutions” (The Economist)	hampers Ukraine’s progress” (The Washington Post)
Образ України у світовій політиці	Україна є важливим гравцем у глобальній боротьбі за демократичні цінності. “Ukraine plays a critical role in defending democracy” (The Washington Post)	Нестабільність України зменшує її роль у міжнародних процесах. “Ukraine’s instability raises concerns about its future role” (BBC News)

Діаграма 2.1 візуально демонструє, як різні аспекти української тематики представлені в медійному просторі, впливаючи на її сприйняття на міжнародній арені.

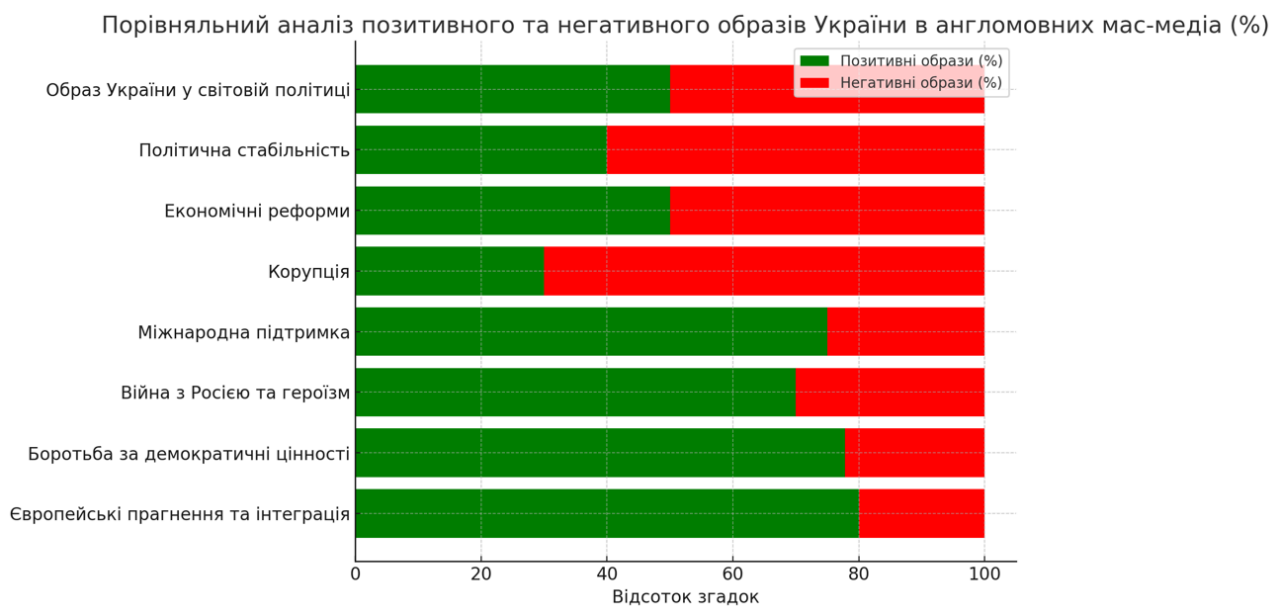


Рис. 2.1 Порівняльний аналіз позитивного та негативного образів України в англійськомовних мас-медіа у відсотках"

\* Європейські прагнення та інтеграція отримали 80% позитивних згадок, що вказує на значний акцент медіа на європейських реформах та прагненні України до інтеграції з ЄС. Лише 20% згадок мали негативний характер, переважно пов'язані з труднощами на шляху до цієї інтеграції.

\* Боротьба за демократичні цінності представлена на 78% у позитивному світлі, що підкреслює ключову роль України як захисника демократії, особливо в

контексті війни з Росією. Лише 22% згадок мають негативний підтекст, що відображає певні сумніви щодо стабільності політичної системи.

\* Війна з Росією та героїзм також отримали 70% позитивних згадок, де акцент робиться на героїзмі українців та їхній боротьбі за незалежність. Водночас 30% згадок є негативними через тривалий конфлікт та його наслідки.

\* Міжнародна підтримка України має 75% позитивних згадок, що свідчить про сильну підтримку з боку Заходу. Однак, 25% негативних згадок пов'язані з побоюваннями щодо затримок у реформах.

\* Корупція є головним негативним аспектом: 70% згадок мають негативний характер, що підкреслює серйозність проблеми в Україні. Лише 30% згадок були позитивними, коли обговорювались реформи у боротьбі з корупцією.

\* Економічні реформи мають збалансоване представлення: 50% позитивних і 50% негативних згадок. Це свідчить про те, що медіа одночасно визнають прогрес, але також критикують за повільність реформ.

\* Політична стабільність має 40% позитивних та 60% негативних згадок, що відображає проблеми з політичною системою та часті зміни уряду, що перешкоджають розвитку.

\* Образ України у світовій політиці демонструє 55% позитивних згадок, що вказує на важливість України у глобальних політичних процесах, але 45% згадок були негативними через нестабільність та труднощі з реалізацією реформ.

Позитивний і негативний образи України в англійській мас-медіа є результатом різних акцентів, що робляться на політичних, економічних та соціальних аспектах життя країни. Позитивний образ формується через підкреслення боротьби за демократичні цінності та європейську інтеграцію, тоді як негативний акцентує на проблемах корупції та нестабільності. Обидва образи мають значний вплив на сприйняття України на міжнародній арені, і їхнє співіснування створює складну та багатовимірну картину, яка впливає на міжнародну підтримку, політичні рішення та економічні інвестиції в країну.

## Висновок до розділу 2

У результаті аналізу ключових тем, лексико-граматичних особливостей та порівняння позитивних і негативних образів України в англомовних мас-медіа можна зробити кілька важливих висновків.

По-перше, медіа-дискурс про Україну в англомовному просторі є багат шаровим і багатогранним. Основні наративи, які стосуються України, включають теми війни, європейської інтеграції, реформ і боротьби з корупцією. Війна на сході України та конфлікт із Росією залишаються центральними темами, які домінують у висвітленні, створюючи образ країни, що знаходиться на передовій боротьби за свободу та демократичні цінності.

По-друге, лексико-граматичні особливості текстів, зокрема використання метафор, пасивних конструкцій, модальних дієслів і політично коректної лексики, впливають на формування тональності та сприйняття України в медійному просторі. Медіа, за допомогою таких мовних засобів, можуть як підсилювати позитивні аспекти образу країни, так і акцентувати увагу на її недоліках, зокрема на проблемах корупції та політичної нестабільності.

По-третє, порівняльний аналіз позитивних та негативних образів України показав, що медіа створюють два паралельні наративи. Позитивний образ фокусується на боротьбі України за демократію, її європейських прагненнях та міжнародній підтримці. Негативний образ акцентує на проблемах внутрішньої політики, корупції та економічній нестабільності, що може негативно впливати на міжнародну репутацію країни та довіру інвесторів.

Загалом, англомовні мас-медіа відіграють важливу роль у формуванні міжнародного образу України. Вони не тільки відображають поточні події, але й впливають на сприйняття країни міжнародною аудиторією, формуючи основи для міжнародної політичної та економічної взаємодії.

## ВИСНОВКИ

Результати дослідження засвідчили досягнення мети, розв'язання завдань та слугували підставою для таких висновків:

1) Образ країни, як концепт у медіапросторі, формується через поєднання лінгвістичних та культурних аспектів, що забезпечує багаторівневу репрезентацію. Англomовні мас-медіа, використовуючи специфічну лексику, риторику та культурно значущі наративи, суттєво впливають на сприйняття України міжнародною аудиторією. Лінгвокультурний контекст визначає, як саме представлена країна у медіа: через символічні образи, метафори та емоційно забарвлені висловлювання, що створюють відповідний тон і ставлення до подій.

Медіа відіграють ключову роль у формуванні громадської думки, виступаючи каналом передачі інформації, через який вибудовується уявлення про країну. Використання різних риторичних прийомів та лінгвістичних конструкцій у новинних матеріалах суттєво впливає на характер сприйняття подій. Через постійне інформування про конфлікти, реформи, політичні процеси, медіа формують не лише інформаційну картину, але й емоційне забарвлення образу України як країни, яка перебуває у стані боротьби та трансформації.

2) Теоретичне підґрунтя дослідження образу країни в медіапросторі. У рамках дослідження проаналізовано лінгвокультурну сутність поняття образу країни, що є багатовимірним концептом. Визначено, що міжнародний імідж країни формується через культурні, мовні та історичні наративи, які використовують медіа для побудови інформаційного простору. Основна роль відводиться медіа як інструменту формування суспільної думки та створення стереотипів у глобальному контексті.

3) Англomовні мас-медіа зосереджені на поданні інформації, орієнтованої на глобальну аудиторію, що потребує універсальних та прийнятних формулювань. Це відображається через використання політично коректної лексики, а також евфемізмів, які знижують емоційне напруження при описі конфліктних ситуацій. Висвітлення України англomовними мас-медіа має як позитивні, так і негативні аспекти, що значно впливає на міжнародний імідж країни. Виявлено, що англomовні

ЗМІ висвітлюють Україну в контексті: 1) Політичних криз і конфліктів (війна, корупція). 2) Демократичних перетворень (європейська інтеграція, боротьба за права людини). 3) Культурного відродження (висвітлення українських мистецьких досягнень, традицій).

Спостерігається розрив між акцентом на конфлікти і спробами позитивного позиціонування країни.

4) Лінгвокультурні особливості, такі як метафори, риторичні засоби, військова термінологія та політичні наративи, активно використовуються для створення певного іміджу України. Використання метафор на кшталт «Ukraine is the frontline of democracy» підсилює емоційне сприйняття України як країни-борця за свободу. Лексичні конструкції, що відображають прагнення до європейської інтеграції, демократії та реформ, створюють позитивний образ країни, тоді як терміни, що акцентують увагу на корупції та політичній нестабільності, формують негативний образ.

5) Основними темами, що домінують у висвітленні України англійськомовними мас-медіа, є війна, корупція, реформи та європейська інтеграція. Ці теми формують двоякий образ України — як країни, що бореться за своє існування, і як держави, що потребує підтримки для подолання внутрішніх проблем. Позитивні наративи зосереджуються на стійкості, героїзмі та прагненні до демократії, тоді як негативні наративи акцентують на корупційних скандалах та політичних труднощах. Проведено порівняльний аналіз, який показав, що позитивні образи України формуються переважно через культурні наративи (історичні досягнення, мистецтво), а негативні — через висвітлення корупції та політичних проблем. Виявлено, що негативні репрезентації домінують у кризових періодах, що впливає на загальне уявлення про країну.

6) Використання модальних дієслів (*must, should, can*) у текстах англійськомовних мас-медіа часто має рекомендаційний характер, закликаючи до дій. Наприклад, фрази типу «The international community must support Ukraine» підкреслюють важливість міжнародної підтримки. Пасивні конструкції, на зразок «Sanctions were



imposed on Russia», дозволяють уникати суб'єктивності та надають текстам нейтрального характеру, акцентуючи на подіях, а не на виконавцях дій.

7) Позитивний образ України базується на її боротьбі за свободу, прагненні до європейської інтеграції та проведенні реформ. Фрази на кшталт «Ukraine is a symbol of resistance and democratic values» формують образ України як демократичної держави, що захищає європейські цінності. Негативний образ створюється через часті згадки про корупцію, політичну нестабільність та економічні труднощі. Фрази типу «Corruption remains a persistent challenge for Ukraine» вказують на невирішені проблеми, які ускладнюють розвиток країни.

8) Дослідження показує, що образ України в англomовних мас-медіа є багатограним, містить як позитивні, так і негативні аспекти. Медіа відіграють ключову роль у формуванні цього образу через використання лексико-граматичних особливостей, які створюють відповідний тон висвітлення. Україна представлена як країна, що одночасно бореться з внутрішніми проблемами, такими як корупція, і прагне до прогресивних змін у напрямку демократичних реформ та європейської інтеграції.

9) Результати роботи можуть бути використані для розробки стратегій публічної дипломатії, орієнтуючись на специфічні лексичні засоби та образи, які мають найбільший вплив на міжнародне сприйняття України. Вони також сприяють покращенню комунікаційної політики України на міжнародному рівні. Новизна стосується порівняльного аналізу позитивних і негативних образів України в англomовних медіа. Виокремлено мовні маркери, які найчастіше використовуються для створення іміджу України у міжнародному контексті. Дослідження виявило нові аспекти в аналізі медійних репрезентацій України, зокрема в порівняльному аналізі позитивних і негативних наративів.

### Список використаних джерел

1. Акаймова А. Методика формування іміджу політичного лідера : навчально-методичний посібник. Рівне : РДГУ, 2009. С. 50.
2. Артемова, Ю. І. (2018). Поняття про лінгвокультуру в контексті міжкультурної комунікації. Збірник затверджено наказом Міністерством юстиції України Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації Серія КВ № 23153-12993Р від 23. 02. 2018 року Рекомендовано до друку вченою радою Національного університету «Острозька академія».
3. Балабонова Л. В., Савельєва К. В.: навч. посібник. Київ : «Видавничий дім «Професіонал», 2011. С. 528.
4. Барна Н.В. Іміджологія : навч. посіб. для дистанційного навчання. Київ: Університет «Україна», 2008. С. 217  
URL:[https://dut.edu.ua/uploads/l\\_1776\\_66617386.pdf](https://dut.edu.ua/uploads/l_1776_66617386.pdf) (дата звернення: 13.07.2024)
5. Березовська-Чміль, О. Б., & Кобець, Ю. В. (2018). Політична іміджологія та політичний іміджмейкінг як теорія та практика творення політичного іміджу. *PRECARPATHIAN BULLETIN OF THE SHEVCHENKO SCIENTIFIC SOCIETY Idea*, (5 (49)), С. 107-114.
6. Бойко О. В. Зовнішній імідж України в світлі англійської преси: Наукові записки. Політика і етнологія; Ін-т політичних і етнонаціональних досліджень НАН України. К., 2001. Вип. 16. С. 291–307.
7. Болотова В. О., Ляшенко Н. О., Агаларова К. А. Іміджологія: текст лекцій для студентів спеціальностей 054 «Соціологія», 061 «Журналістика». Харків: НТУ «ХП», 2021. С. 150.  
URL:[http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/55391/1/Book\\_2021\\_Volotova\\_Imidzholohiia.pdf](http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/55391/1/Book_2021_Volotova_Imidzholohiia.pdf) (дата звернення: 13.07.2024)
8. Бондаренко І. С. Іміджологія у системі гуманітарних знань: культурно-освітні стратегії. Запоріжжя : Запорізький національний університет, С. 2016. 320.

9. Бондаренко І. С. Іміджологія: Імідж особистості : навч.-метод. посіб. для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напряму підготовки «Реклама і зв'язки з громадськістю». Запоріжжя : ЗНУ, 2014. С. 162.
10. Бубнов, І. В., & Халілова-Чуваєва, Ю. А. (2019). Культура формування політичного іміджу як нагальна проблема іміджології в Україні. *Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету*, 16, С. 91-95.
11. Бутирський О. А. Україна у дзеркалі західних ЗМІ: Вісн. Київ. нац. ун-ту імені Тараса Шевченка. Журналістика. 2003. Вип. 11. С. 53–54.
12. Василенко, Г. В. (2008). Когнітивно-дискурсивний аспект відтворення образу в поетичному перекладі. *Вісник Запорізького національного університету. Філологічні науки*, (1), С. 32-38.
13. Василенко, Г. В. (2009). Лірика Василя Голобородька в англomовній інтерпретації Миросі Стефанюк. *Мова і культура*. – К.: Видавн. Дім Дм. Бураго, 12(III (128)), С. 277-284.
14. Василенко, Г. В. (2010). Відображення ціннісних доміант української культури в англomовному поетичному перекладі. *Вісник Запорізького національного університету. Філологічні науки*, (1), С. 136-142.
15. Василенко, Г. В. (2012). Формотворчі трансформації образу в англomовному перекладі української лірики. *Актуальні проблеми слов'янської філології: Серія: Лінгвістика і літературознавство: міжвуз. зб. наук. ст. / гол. ред. В.А. Зарва*. – Бердянськ: БДПУ, С. 211-221.
16. Василенко, Г. В. (2013). Концепти громадянської лірики Василя Симоненка в англomовній інтерпретації. *Вісник Запорізького національного університету. Філологічні науки*, (1), С. 8-16.
17. Василенко, Г. В. (2016). Патетичний образ канадської України в англomовному перекладі збірки Яра Славутича «Завойовники прерій». *Актуальні проблеми романо-германської філології та прикладної лінгвістики: науковий журнал*, 11-12(Ч. 1), С. 89-92.
18. Волощук Ю., Жмаєва Н. Специфіка перекладу англomовних новинних текстів українською мовою (на матеріалі новинних текстів ОБСЄ). *Науковий вісник*

- ПНПУ ім. К. Д. Ушинського. 2020. № 31. С. 164–181.
19. Гайдук, Н. А. Лінгвістичні особливості англomовних медійних текстів та способи їх перекладу українською мовою / Н. А. Гайдук, В. Є. Хоровець // Закарпатські філологічні студії / редкол.: І. М. Зимомря (голов. ред.), М. М. Палінчак, Ю. М. Бідзіля та ін. – Ужгород : Видавничий дім "Гельветика", – 2023. – Т. 1, вип. 27. – С. 164–169. – Бібліогр.: с. 169 (6 назв); рез. укр., англ. URL [http://zfs-journal.uzhnu.uz.ua/archive/27/part\\_1/28.pdf](http://zfs-journal.uzhnu.uz.ua/archive/27/part_1/28.pdf) (дата звернення: 3.07.2024)
  20. Гайдук, Н. А., & Хоровець, В. Є. (2023). Лінгвістичні особливості англomовних медійних текстів та способи їх перекладу українською мовою. *Закарпатські філологічні студії*, С. 164-169.
  21. Головач Т. М. Гетерогенні елементи в контексті міжкультурної комунікації / Т. М. Головач // Лінгвістика. – Луганськ: ЛНУ імені Тараса Шевченка, 2012. – №2 (26). С. 5–11.
  22. Головач Т. М. Диференціація гетерогенної лексики сучасної англійської мови / Т. М. Головач // *Studia Germanica et Romanica: Іноземні мови. Зарубіжна література. Методика викладання*: [науковий журнал / голов. ред. В. Д. Каліущенко]. – Донецьк: ДонНУ, 2011. – Т. 8. – №2 (23). С. 15–23.
  23. Головач Т. М. Особливості функціонування екзотизмів в текстах сучасних англomовних путівників / Т. М. Головач // Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка: Філологічні науки. Випуск 32. – Кам'янець-Подільський: "Аксиома", 2013. – С. 94–97
  24. Діловий імідж України. Економічний та інтелектуальний потенціал держави. Київ : Інформаційно-видавничий центр «Діловий партнер», 2005. 656 с.
  25. Дускаєва Л. Р. Принципи типології газетних мовленнєвих жанрів: Мова сучасної публіцистики. URL: <https://www.studentlibrary.ru/en/doc/ISBN9785893497434-SCN0008.html> (дата звернення: 28.07.2024)
  26. Дячук В. П. Іміджологія. Соціокультурний вимір : навч. посіб. Київ :

- Видавництво: Ліра-К, 2017. С. 308.  
URL:[http://elib.nakkim.edu.ua/bitstream/handle/123456789/3688/Diachuk\\_Imigolugia.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://elib.nakkim.edu.ua/bitstream/handle/123456789/3688/Diachuk_Imigolugia.pdf?sequence=1&isAllowed=y) (дата звернення: 30.07.2024)
27. Журнал The Economist. URL: <https://www.economist.com/> (дата звернення: 2.08.2024)
28. Зацний Ю. А. Сучасний англомовний світ і збагачення словникового складу / Ю.А. Зацний. – Львів: ПАІС, 2007. С. 228.
29. Іміджелогія : методичні вказівки до вивчення курсу для студентів спеціальності 051 «Економіка», галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові науки» / Київ. нац. ун-т буд-ва і архіт. ; укладачі : Р. А. Калениченко. – Київ : КНУБА, 2024. – С. 20. - Бібліогр. : С. 19.
30. Калениченко Р. А. Іміджелогія сучасного телерадіоведучого : навч. посіб. Київ : КиМУ, 2007. 106 с.
31. Калениченко Р. А. Психологія іміджу : навч. посіб. Київ : КиМУ, 2008. С. 102.
32. Калениченко Р. А. Психологія іміджу: навч. посіб. Київ: КиМУ, 2008. С. 102.  
URL:[http://ir.nusta.edu.ua/jspui/bitstream/doc/1636/1/1554\\_IR.PDF](http://ir.nusta.edu.ua/jspui/bitstream/doc/1636/1/1554_IR.PDF)  
(дата звернення: 3.08.2024)
33. Калениченко Р. А. Соціологія та психологія впливів : навч. посіб. Київ : КиМУ, 2009. С.87.
34. Калениченко Р. А., Коханець А. С. Конфліктологія і психологія управління : навч. посібник. Київ : Компринт, 2021. С. 167.
35. Карлова В. Вплив засобів масової інформації на формування української національної свідомості. URL: <http://academy.gov.ua/ej/ej6/txts/07kvvunc.htm>  
(дата звернення: 3.08.2024)
36. Ключник, Р. М. (2019). Natural and socio-cultural factors in country image formation. P. 45-57.
37. Корнієнко В. О., Денисюк С. Г. Імідж політичного лідера: проблеми формування та практичної реалізації : монографія. Вінниця : УНІВЕРСУМ, 2009. С. 144.
38. Кралюк, П. М. (2003). Розвиток політичної іміджелогії в Україні (1990–2002

- pp.). In *Розвиток демократії та демократична освіта в Україні: матеріали II міжнар. наук. конф. (24–26 травня 2002 р., м. Одеса)*. С. 370-378.
39. Лалл Дж. Мас-медіа, комунікація, культура: глобальний підхід. – К: Видавництво К.І.С., 2002. С. 264.
40. Ларіна Н. Б. Імідж як комунікативна основа позиціонування влади / Н. Б. Ларіна. // *Державне будівництво*. - 2013. - № 2. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu\\_2013\\_2\\_6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu_2013_2_6) (дата звернення: 3.08.2024)
41. Лизанчук, В. (2015). *Психологія мас-медіа: підручник*. Львів: ЛНУ імені Івана Франка. С. 54-58.
42. Лисенко, Л. В. (2017). Лінгвокультурний та ментальний образ українства в стереотипних уявленнях. *Культура України. Серія: Культурологія*, 55, С. 195-204.
43. Лінгвокультурологія: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / А. П. Загнітка, І. В. Богданова; за ред. А. П. Загнітка. –3-є вид., перероб. і доп. – Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса, 2017. С. 287
44. Микоян А. С. Проблеми перекладу текстів ЗМІ. 2008. URL: <http://evartist.narod.ru/text12/12.htm> (дата звернення: 4.08.2024)
45. Онопрієнко О. Золота книга української еліти. Інформаційно-іміджевий альманах. Т. 1–6. Київ : Євроімідж, 2001. С. 575.
46. Ораторське мистецтво : підручник / М. П. Требін, Г. П. Клімова, Н. П. Осипова та ін. ; за ред. М. П. Требіна, Г. П. Клімової. Харків : Право, 2013. С. 208.
47. Палеха Ю. І. Іміджологія : навч. посіб. / За заг. ред. З. І. Тимошенко. Київ : Вид-во Європ. ун-ту, 2005. С. 324.
48. Пантелейчук І. Формування позитивного іміджу органів державної влади: теорія, методологія, практика : монографія. Київ : Альтерпрес, 2011. С. 316.
49. Попова Л. І. Тенденції формування образу країни в сучасному країнознавстві / Л. І. Попова // *Мова і культура*. – 2011. – Вип. 14, т. 7. – С. 112-116. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mik\\_2011\\_14\\_7\\_20](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mik_2011_14_7_20). (дата звернення: 4.08.2024)
50. Почепцов Г. Г. Іміджологія: теорія і практика. Київ, 2010. 224 с.

51. Почепцов Г. Г. Паблік рілейшнз для професіоналів. Київ, 2010. 520 с.
52. Різун, В. В. (2008). *Теорія масової комунікації: підручник для студентів галузі 0303 «журналістика та інформація»*. Київ: Просвіта. С. 43-52.
53. Світова гібридна війна: український фронт. URL: <https://niss.gov.ua/publikacii/monografii/svitova-gibridna-viyna-ukrainskiy-front-monografiya> (дата звернення: 7.07.2024)
54. Сергієнко, Т. І. (2021). Особливості розвитку сучасної політичної іміджелогії в контексті використання політичних, іміджевих та комунікаційних технологій. *EDITORIAL BOARD*, С. 914.
55. Серія досліджень сприйняття України та української культури за кордоном. URL: <https://ui.org.ua/sectors/research-on-ukraine-abroad/> (дата звернення: 13.07.2024)
56. Степико М. Українська ідентичність – головна мішень російської військової агресії. URL: <https://niss.gov.ua/news/statti/ukrayinska-identychnist-holovna-mishen-rosiyskoyi-viyskovoyi-ahresiyi> (дата звернення: 13.07.2024)
57. Стратегія публічної дипломатії Міністерства закордонних справ України на 2021-2025 роки: СТРАТЕГІЯ ПУБЛ. ДИПЛОМАТІЇ від 24.03.2021 р. С. 8. URL: <https://mfa.gov.ua/storage/app/sites/1/Strpaterii/public-diplomacy-strategy.pdf> (дата звернення: 3.08.2024)
58. Титаренко, Ю. В., & Шевченко, О. Ю. (2012). *Політичний маркетинг як основа політичної кампанії* (Doctoral dissertation, Сумський державний університет).
59. Хомуленко Т. Б., Падафет Ю. Г., Скориніна О. В. Теоретичні та практичні аспекти дослідження іміджу : монографія. Харків : ВД «Інжек», 2010. 272 с.
60. Щурко О. М. Функціональні аспекти образу держави на сучасному етапі / О. М. Щурко // S.P.A.C.E. Society, Politics, Administration in Central Europe : електронний науково-практичний журнал / редкол.: Д. В. Яковлев (голов. ред.), К. М. Вітман (заст. голов. ред.), Д. Ю. Дворніченко (відп. секр.) [та ін.] ;

- НУ «ОЮА». – Одеса, 2017. – Вип. 4. – С. 22-26.
61. Юськів Б. М. Контент-аналіз. Історія розвитку і світовий досвід: Монографія. Рівне: «Перспектива», 2006. 203 с.
62. Anholt S. *Places, Identity, Image and Reputation*. London: Palgrave Macmillan, 2007. 34 p.
63. Barrat, D. (2008). *Media Sociology*. Routledge. 54 p.
64. Batsurovska I., Andriushchenko I., Havrysh V., Hruban V., Bąk M., Kalinichenko A. Development of students' language competencies in the modern competitive environment // *Zeszyty Naukowe Politechniki Częstochowskiej Zarządzanie*. 2020. Nr. 40. P. 19–24.
65. Boorstin D. J. *The Image. A Guide to Pseudo-Events in America*: 25-th ed. N.Y.: Vintage Books, 1992. 65 p.
66. Boyd-Barrett, O., & Braham, P. P. (1987). *Media, Knowledge, and Power*. London: Croom Helm. 120 p.
67. Brijs, K., Bloemer, J., & Kasper, H. (2011). Country-image discourse model: Unraveling meaning, structure, and function of country images. *Journal of Business Research*, 64(12), P. 1259-1269.
68. Brijs, K., Bloemer, J., & Kasper, H. (2011). Country-image discourse model: Unraveling meaning, structure, and function of country images. *Journal of Business Research*, 64(12), P. 1259-1269.
69. Bryant, J., & Finklea, B. W. (2022). *Fundamentals of Media Effects*. Waveland Press. 32 p.
70. Davis, L. S., & Abdurazokzoda, F. (2016). Language, culture and institutions: Evidence from a new linguistic dataset. *Journal of Comparative Economics*, 44(3), 3. 541-561.
71. Han, C. M. (1989). Country image: halo or summary construct?. *Journal of Marketing Research*, 26(2), P. 222-229.
72. Jalilvand, M. R. (2017). Word-of-mouth vs. mass media: Their contributions to destination image formation. *Anatolia*, 28(2), P. 151-162.
73. Kieppe, I. A., & Mossberg, L. (2005). Country Image: A Reflection of the



- Significance of the Other. *Advances in Consumer Research*, 32.
74. Kozlovskiy, V. (2008). До питання методології дослідження лінгвокультурного концепту. *Іноземна філологія*, 120.
75. Tyshchenko S., Andriushchenko I. Communicative technologies in the formation of social activity of future economists // *Youth involvement in civil society development: current state and prospective trends*. Publishing House of Katowice School of Technology, 2020. P. 57–63. ISBN 978-83-955125-6-8.
76. Ukraine Now and Forever: Держава презентує об'єднаний бренд української культури в світі #StandWithUkraine. URL: <https://ck-oda.gov.ua/novyny-cherkaskoyi-oblasti/ukraine-now-and-foreverderzhava-prezentuye-obyednaniy-brend-ukrayinskoyikulturi-v-sviti-standwithukraine/> (дата звернення: 5.09.2024)

#### СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

77. Слово "Україна" стало найуживанішим в публікаціях. The New York Times за 2022 рік URL: [https://24tv.ua/viyna-ukrayini-yake-slovo-stalo-nayuzhivanishim-publikatsiyah\\_n2\\_211307?utm\\_source=chatgpt.com](https://24tv.ua/viyna-ukrayini-yake-slovo-stalo-nayuzhivanishim-publikatsiyah_n2_211307?utm_source=chatgpt.com) (date of access: 12.07.2024)
78. Допомога Заходу Україні: хто дає найбільше грошей та зброї. URL: [https://www.dw.com/uk/dopomoga-zahodu-ukraini-hto-dae-najbilse-grosej-ta-zbroi/a-69876174?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.dw.com/uk/dopomoga-zahodu-ukraini-hto-dae-najbilse-grosej-ta-zbroi/a-69876174?utm_source=chatgpt.com) (date of access: 12.07.2024)
79. Щорічний звіт Генерального секретаря за 2022 рік. URL: [https://www.nato.int/cps/uk/natohq/opinions\\_212795.htm?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.nato.int/cps/uk/natohq/opinions_212795.htm?utm_source=chatgpt.com)
80. Десять років боротьби з корупцією успіхи і виклики, які постали перед Україною (date of access: 12.07.2024)  
URL: <https://ti-ukraine.org/research/desyat-rokiv-borotby-z-koruptsiyeyu-uspihy-i-vyklyku-yaki-postaly-pered-ukrayinoyu/>
81. 5 років при владі: що зроблено, а що не вдалося. URL: <https://nv.ua/ukr/ukraine/events/analiz-ekonomichnih-reform-ukrajini-2019-2024-d>

- [osyagnennya-ta-vikliki-50458387.html?utm\\_source=chatgpt.com](https://osyagnennya-ta-vikliki-50458387.html?utm_source=chatgpt.com) (date of access: 14.07.2024)
82. Відновлювальна енергетика України: Щомісячний моніторинг. URL: [https://euea-energyagency.org/wp-content/uploads/2022/01/Vidnovlyuvana-energetyka-Ukrayiny\\_shhomisyachnyj-monitoryng\\_gruden\\_2021-1.pdf?utm\\_source=chatgpt.com](https://euea-energyagency.org/wp-content/uploads/2022/01/Vidnovlyuvana-energetyka-Ukrayiny_shhomisyachnyj-monitoryng_gruden_2021-1.pdf?utm_source=chatgpt.com) (date of access: 27.07.2024)
83. Як іноземні медіа згадували Україну протягом 2023 року — кількість, теми, контексти. URL: [https://mediamaker.me/news/yak-inozemni-media-zgaduvaly-ukrayinu-protyagom-2023-roku-kilkist-temy-konteksty/?utm\\_source=chatgpt.com](https://mediamaker.me/news/yak-inozemni-media-zgaduvaly-ukrayinu-protyagom-2023-roku-kilkist-temy-konteksty/?utm_source=chatgpt.com) (date of access: 14.07.2024)
84. Скільки українських військових загинуло з 2022 року: The Economist опублікувало свої дані URL: [https://www.unian.ua/war/skilki-ukrajinskih-viyskovih-zaginulo-z-2022-roku-the-economist-opublikovalo-svoji-dani-12833304.html?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.unian.ua/war/skilki-ukrajinskih-viyskovih-zaginulo-z-2022-roku-the-economist-opublikovalo-svoji-dani-12833304.html?utm_source=chatgpt.com) (date of access: 14.07.2024)
85. Підтримка вступу України до Європейського Союзу та НАТО є найвищою за всю історію опитувань. URL: [https://eu-ua.kmu.gov.ua/news/pidtrymka-vstupu-ukrayiny-do-yevropejskogo-soyuzu-ta-nato-ye-najvyshhoyu-za-vsyu-istoriyu-opytuvan/?utm\\_source=chatgpt.com](https://eu-ua.kmu.gov.ua/news/pidtrymka-vstupu-ukrayiny-do-yevropejskogo-soyuzu-ta-nato-ye-najvyshhoyu-za-vsyu-istoriyu-opytuvan/?utm_source=chatgpt.com) (date of access: 27.07.2024)
86. Corruption looms over Ukraine's massive reconstruction effort. URL: <https://www.france24.com/en/live-news/20241114-corruption-overshadows-ukraine-s-multi-billion-reconstruction-program> (date of access: 12.07.2024)
87. The European natural gas market: Building energy security across the continent. URL: <https://en.interfax.com.ua/> (date of access: 12.07.2024)
88. The End of the Ukraine-Russia Gas Transit Deal: Implications for Europe and Beyond URL: [https://gfsis.org/en/the-end-of-the-ukraine-russia-gas-transit-deal-implications-for-europe-and-beyond/?utm\\_](https://gfsis.org/en/the-end-of-the-ukraine-russia-gas-transit-deal-implications-for-europe-and-beyond/?utm_) (date of access: 27.07.2024)

89. Gazprom's mangled Nord Stream 2 loses court clash over EU rules URL: [https://www.luxtimes.lu/europeanunion/gazprom-s-mangled-nord-stream-2-loses-court-clash-over-eu-rules/27816369.html?utm\\_](https://www.luxtimes.lu/europeanunion/gazprom-s-mangled-nord-stream-2-loses-court-clash-over-eu-rules/27816369.html?utm_) (date of access: 30.08.2024)
90. The end of Russian gas transit via Ukraine and options for the EU URL: [https://www.bruegel.org/analysis/end-russian-gas-transit-ukraine-and-options-eu?utm\\_](https://www.bruegel.org/analysis/end-russian-gas-transit-ukraine-and-options-eu?utm_) (date of access: 30.08.2024)
91. How Ukraine became Ukraine, in 7 maps URL: [https://www.washingtonpost.com/news/worldviews/wp/2015/03/09/maps-how-ukraine-became-ukraine/?utm\\_](https://www.washingtonpost.com/news/worldviews/wp/2015/03/09/maps-how-ukraine-became-ukraine/?utm_) (13.08.2024)
92. How could Ukraine become an EU member and what does Russia say? URL: [https://www.bbc.com/news/world-61844552?utm\\_](https://www.bbc.com/news/world-61844552?utm_)
93. October 2, 2023 - Russia-Ukraine news URL: [https://edition.cnn.com/europe/live-news/russia-ukraine-war-news-10-02-23#h\\_a7fb4c50e45f14beb0da9bc054d75f5f](https://edition.cnn.com/europe/live-news/russia-ukraine-war-news-10-02-23#h_a7fb4c50e45f14beb0da9bc054d75f5f) (date of access: 30.08.2024)
94. The New York Times: "Zelensky Becomes the Face of Ukraine's Resistance" URL: <https://www.nytimes.com/2022/03/01/world/europe/zelensky-ukraine-resistance.html> (date of access: 17.07.2024)
95. BBC: 'Push Russia harder' Zelensky urges allies on war's 1,000th day URL: <https://www.bbc.com/news/articles/c9dl4w87d9zo> (date of access: 17.07.2024)
96. The Guardian: 'Ukraine's future is in the EU': Zelenskiy welcomes granting of candidate status URL: <https://www.theguardian.com/world/2022/jun/23/eu-leaders-ukraine-candidate-status-russian-attack> (date of access: 30.08.2024)
97. The Washington Post: Exclusive Battle for Kyiv: Ukrainian valor, Russian blunders combined to save the capital URL: <https://www.washingtonpost.com/national-security/interactive/2022/kyiv-battle-ukraine-survival/> (date of access: 15.08.2024)

98. CNN: Zelensky urges unity in dramatic UN address URL: <https://edition.cnn.com/2023/09/19/europe/zelensky-unga-2023-intl-latam/index.html> (date of access: 13.08.2024)
99. *BBC News*. Ukraine strikes oil depot in occupied Crimea. URL: <https://www.bbc.com/news> (date of access: 15.08.2024)
100. *BBC News*. Town sends fifth ambulance to Ukraine. URL: <https://www.bbc.com/news> (date of access: 15.08.2024)
101. *Reuters*. UK sanctions Russian troops for chemical weapons use in Ukraine. URL: <https://www.reuters.com/> (date of access: 20.08.2024)
102. *CNN*. The US military's top commander in Europe compiled a list of weapons systems that could help Ukraine in its fight against Russia. URL: <https://www.cnn.com/> (date of access: 15.08.2024)
103. *The Guardian*. Ukraine's resistance to Russian aggression. URL: <https://www.theguardian.com/international> (date of access: 13.08.2024)
104. *Financial Times*. Ukraine continues to push for critical reforms despite ongoing challenges. URL: <https://www.ft.com/> (date of access: 13.08.2024)
105. *The Washington Post*. Ukraine is the frontline of democracy in Europe. URL: <https://www.washingtonpost.com/> (date of access: 15.08.2024)
106. *Politico*. Ukraine is Europe's shield against Russian aggression. URL: <https://www.politico.eu/> (date of access: 20.08.2024)
107. *The Economist*. Ukraine's commitment to European principles is crucial in its fight for sovereignty and democracy. URL: <https://www.economist.com/> (date of access: 20.08.2024)
108. *Al Jazeera*. The global community has come together to provide humanitarian aid to Ukraine. URL: <https://www.aljazeera.com/> (date of access: 20.08.2024)

**Додатки****Додаток А***CNN*

The US military's top commander in Europe compiled a list of weapons systems the US possesses that could help Ukraine in its fight against Russia that the Biden administration has not yet provided, including air-to-surface missiles and a secure communications network used by NATO.

In an annex attached to a classified report about the Biden administration's Ukraine strategy that was delivered to Congress early last month, Gen. Chris Cavoli outlined a list of US capabilities that could help the Ukrainian military fight more effectively, according to people familiar with the report.

The list included the Joint Air-to-Surface Standoff Missile, a type of air-launched cruise missile, and a communications system known as the Link 16 — a data sharing network used by the US and NATO that is supposed to enable more seamless communication between battle systems and is particularly useful for air and missile defense command and control. Ukraine has asked for both systems repeatedly, another source familiar with their requests said.

Cavoli's list does not address why the US hasn't provided systems that he assesses would be of value. But US officials have previously expressed concerns about sensitive US technology falling into Russian hands, which one source said is likely the holdup with the Link 16 system. The air-to-surface missiles, which are fired from fighter jets, might not be useful to the Ukrainians unless they achieve some level of air superiority, the source added.

Nearly three years into the war, the Ukrainians are still pleading with the US to provide more advanced weaponry and lift restrictions on how long-range missile systems provided by the US can be used. And with the US presidential election less than one month away, the future of the US' support for Ukraine is uncertain, even as the US says it is working to make sure Ukraine has what it needs to last them through at least the end of

2025.

The Ukrainian government continues to lobby hard. When President Volodymyr Zelensky met with President Joe Biden at the White House late last month, he came armed with a detailed list—not of weapons, but of targets inside Russia that he wants to hit with US-provided long-range missiles, known as ATACMS, according to sources familiar with the meeting.

The list is a key part of Zelensky’s “victory plan” for winning the war. Biden, who has to date prohibited the Ukrainians from deploying the missile systems for deep strikes into Russia, was not entirely dismissive of the request, the sources said. But he was ultimately non-committal.

The leaders agreed to keep discussing the issue. But Biden won’t be meeting with Zelensky again in the near future after he canceled a trip to Germany for a gathering of the Ukraine Defense Contact Group this week, and it remains unlikely that the US will change its policy on long-range missiles, officials told CNN.

Broadly, US officials say they are giving Ukraine everything that the US military assesses Kyiv needs at this moment to support its fight. Officials also argue that that the US’ limited supply of long-range ATACMS systems are better used against targets in Crimea. The Ukrainians have already conducted several successful strikes deep inside Russia using their own long-range drones that have damaged Russia’s defense industrial base, US officials note — drones that in fact have a far longer range than the ATACMs.

*BBC News*

*Ukraine strikes oil depot in occupied Crimea*

Ukraine's military says it has carried out a strike on a large oil terminal off the coast of the occupied Crimean Peninsula, the latest in a wave of attacks targeting Russian-controlled energy facilities.

Officials in Kyiv said the country's missile forces launched the strike on the Feodosia terminal - the largest oil processing facility on the peninsula - in an attack

overnight.

Russian-installed officials in Crimea have not confirmed the strike, but did acknowledge a fire at the facility. No casualties from the blast have been reported.

A municipal-level emergency has been declared, with 300 people being evacuated from Feodosia due to the blaze, the state-run Tass news agency reported.

Footage circulating on social media appeared to show smoke rising over the Feodosia terminal. Local Russian-installed officials told RIA Novosti that efforts to extinguish the fire were ongoing.

Meanwhile, the defence ministry in Moscow said that 12 Ukrainian drones were shot down over the peninsula overnight out of a total of 21 launched by Kyiv.

In a statement announcing the attack, Ukraine's general staff said that oil products shipped from the terminal were being used to "meet the needs of the Russian occupation army". Russia illegally annexed the peninsula in 2014.

The facility was previously hit in a Ukrainian drone strike in March.

Kyiv has said that its strikes on Russian-energy facilities are fair retaliation for Moscow's strikes on its own energy infrastructure, which have frequently plunged millions into darkness.

At least 80% of Ukraine's thermal power and one third of its hydroelectric power generation has been destroyed in Russian attacks, President Volodymyr Zelensky said in June.

### *Town sends fifth ambulance to Ukraine*

*Martin Heath*

*BBC News, Northamptonshire*

A town has successfully delivered its fifth ambulance to Ukraine.

The vehicle full of medical supplies completed a 1,350-mile (2,173km) journey from Towcester in Northamptonshire to Lviv in Ukraine, where it was handed over to a charity worker.

It will be used by frontline military paramedics in the far east of the country.

The team from Towcester also presented gifts, including a Premier League football. The five ambulances have been acquired and filled with supplies by St Lawrence Church in Towcester, which is part of the Tove Benefice.

The latest vehicle was handed over in Lviv to Tetiana, the founder of a charity called Ukraine-Mother.

The ambulance was then driven 335 miles (539km) to Kyiv, where the contents were to be distributed to hospitals, paramedics and individuals in the east and south of Ukraine.

*Reuters*

*UK sanctions Russian troops for chemical weapons use in Ukraine*

October 8, 2024 6:19 PM GMT+3

LONDON, Oct 8 (Reuters) - Britain imposed sanctions on Tuesday on Russian troops it said were involved in using chemical weapons on the battlefield in Ukraine, accusing Moscow of "cruel and inhumane tactics".

Among those sanctioned were the Radiological, Chemical and Biological Defence Troops of the Russian Federation and its leader Igor Kirillov, the government said in a statement.

"The UK will not sit idly by whilst (Russian President Vladimir) Putin and his mafia state ride roughshod over international law, including the Chemical Weapons Convention," foreign minister David Lammy said in a statement. Russian state news agency TASS cited Moscow's embassy in London as saying the accusations that Russia had used chemical weapons were groundless.

The fresh sanctions come a week after the government sanctioned 16 members of the Russian cyber-crime gang Evil Corp, a group it said had been tasked by Russia to



conduct operations against NATO allies.

*Al Jazeera*

Russia-Ukraine war: List of key events, day 956

*As the war enters its 956th day, these are the main developments.*

Fighting

- \* At least one person was killed and six injured in Russian shelling in the eastern Ukrainian city of Sloviansk. Vadym Filashkin, the governor of the Donetsk region, said six multistorey apartment blocks were among the buildings damaged and that two children were among the injured.
- \* One Ukrainian port worker was killed and five other people injured, including foreign nationals, after a Russian missile struck a Palau-flagged ship in Ukraine's southern port of Odesa, in the second such attack in as many days. Ukrainian Minister for Foreign Affairs Andrii Sybiha condemned the attacks on the two ships. Ukraine's Ministry for Restoration said the ship attacked on Sunday was the Saint Kitts and Nevis-flagged Paresa, which had a cargo of 6,000 tonnes of corn.
- \* Russia's Ministry of Defense claimed its forces captured the village of Hrodivka, close to the strategically important city of Pokrovsk in eastern Ukraine.
- \* Ukraine said its forces struck an oil terminal on the Crimean Peninsula, which was seized and illegally annexed by Moscow in 2014. Russian-installed authorities in Crimea said there had been a fire at an oil depot in the Black Sea port town of Feodosia and there were no casualties.
- \* The GRU, Ukraine's military spy agency, said it "seriously damaged" the Alexander Obukhov, an Alexandrit-class Russian minesweeping vessel, in Russia's Kaliningrad region in a sabotage operation. There was no immediate comment from Russia.
- \* Ukraine said a Russian hypersonic missile struck the "area" of Ukraine's major Starokostiantyniv airbase on Monday morning. The air force did not say whether the attack caused any damage. Local governor, Serhii Tyurin, said there were no civilian

casualties or damage to critical infrastructure.

- \* Two Russian Kinzhal missiles were also shot down in the Kyiv region, the Ukrainian air force said. Debris came down in three districts of the capital, but no major damage or casualties were reported.
- \* Ukrainian air defences shot down 32 Russian drones and a further 37 were lost on military radars, suggesting they had been disabled by electronic warfare systems, the air force said.

### Politics and diplomacy

- \* Ukrainian President Volodymyr Zelenskyy said the war had entered “a very important phase” and that Ukraine needed to “put pressure on Russia in the way that’s necessary for Russia to realise that the war will gain them nothing”. Speaking in a video statement, Zelenskyy added: “Only through strength can we bring peace closer”.
- \* The United States criticised Russia for withholding consular access for detained US citizen Stephen Hubbard after a court jailed the 72-year-old for six years and 10 months. Russia detained Hubbard in April 2022 and accused of being a “mercenary” for Ukraine.
- \* A court in Russia’s Kursk region ordered the arrest in absentia of two Italian journalists for reporting from the Ukrainian-occupied part of Kursk. The court demanded Simone Traini and Stefania Battistini, journalists from Italy’s RAI public broadcaster, be extradited for “illegally crossing” the border from Ukraine.
- \* A Ukrainian government source told the Reuters news agency that Ukrainian hackers were behind a large-scale cyberattack on Russian state media company VGTRK on Monday.