

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
факультет української й іноземної філології та журналістики
кафедра англійської філології та світової літератури імені професора
Олега Мішукова

«Інформаційний образ України часів війни в соціальних мережах»

Магістерська робота (магістерський проєкт)
освітньо-кваліфікаційного рівня магістр

Виконала: студентка 2 курсу 202М групи
Спеціальності 035.041 Філологія (германські
мови та літератури (переклад включно)),
перша – англійська
Кандиба Катерина Олександрівна

Керівниця: докторка педагогічних наук,
професорка Співаковська Є. О.

Рецензентка: кандидатка педагогічних наук,
доцентка кафедри германської і романської
філології та журналістики; деканеса факультету
української й іноземної філології та
журналістики Херсонського державного
університету Гоштанар І. В.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. Формування інформаційного образу країни крізь призму воєнного часу	6
1.1. Поняття образу держави та його основні компоненти через призму сучасної глобалізації.....	6
1.2. Ключові чинники й ознаки формування образу країни на міжнародній арені в класичному та віртуальному вимірах	12
1.3. Інформаційний простір як особливий чинник формування образу країни.....	21
РОЗДІЛ 2. Репрезентація образу України в закордонному інформаційному просторі на матеріалі англомовних публікацій в соціальних мережах	28
2.1. Соціальні медіа як інструмент психологічного впливу у формуванні громадської думки про війну на міжнародній арені	28
2.2. Модифікація інформаційного образу України в історичній ретроспективі в контексті російсько-українського збройного конфлікту ...	34
2.3. Аналіз репрезентації образу України у міжнародній спільноті на матеріалі наративів англомовних ЗМІ у соціальних мережах	40
ВИСНОВКИ	48
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	51
ДОДАТКИ	58

ВСТУП

Актуальність проблеми. У сучасному світі інформаційні технології, невід'ємною складовою яких стали соціальні мережі, відіграють ключову роль у формуванні глобальних стереотипів і уявлень про різні країни та їхні національні образи. Зокрема, із початком російсько-українського воєнного конфлікту, інформаційний образ нашої держави зазнав докорінних змін, що значно вплинуло на сприйняття України як політичного, культурного та економічного суб'єкта на міжнародній арені. Україна, переживаючи складний період своєї історії, стала об'єктом уваги для світової спільноти. Спостереження та аналіз інформаційного образу України в соціальних мережах англomовних країн стає актуальним завданням, оскільки цей образ може впливати на рішення політиків, бізнесменів, активістів та міжнародних партнерів України.

Багато вітчизняних учених виявили інтерес до образу держави як об'єкта наукового аналізу, серед яких відзначаємо Ірину Дідук, Андрія Поцелуйко, Руслану Карковську, Нігору Хазратову, Олену Щурко; серед зарубіжних – Деніела Джозефа Бурстіна, Кеннета Боулдинга та ін.

Мета даного дослідження полягає у вивченні й аналізі інформаційного образу України в класичному та віртуальному контекстах крізь призму соціальних мереж англomовних країн; порівняльний аналіз сприйняття образу України до війни, на початку повномасштабного вторгнення та після звільнення деяких територій.

Для реалізації поставленої мети передбачено виконання наступних завдань:

- 1) виявлення ознак, які стосуються формування образу України в класичному та віртуальному вимірах;
- 2) вивчення та уточнення динаміки зміни сприйняття інформаційного образу України до початку й на різних етапах конфлікту, зокрема на початку повномасштабного вторгнення та після звільнення деяких територій.

3) побудова порівняльної таблиці на основі проведеного порівняльного аналізу з метою дослідження динаміки змін у сприйнятті інформаційного образу України в контексті соціальних медіа англomовних країн.

Об'єктом дослідження виступає інформаційний образ України в контексті змін через призму соціальних медіа в англomовному середовищі.

Предметом дослідження є порівняльний аналіз сприйняття образу України до війни, на початку повномасштабного вторгнення та після звільнення деяких територій в соціальних мережах англomовних країн.

Методи дослідження. Дослідження базується на методологічних принципах та підходах, які включають системний і конкретно-соціологічний аналіз, формалізацію та узагальнення інформації, що міститься в наукових джерелах. Під час наукової розвідки впливу соціальних мереж на психологію громадян було застосовано різні методи, включаючи емпіричні (спостереження та опис) і теоретичні (узагальнення, компаративний аналіз), а також історичний метод. Крім того, у дослідженні впроваджені метод контент-аналізу, контент-моніторингу, та математичний метод, що передбачає побудову порівняльної матриці.

Наукова новизна одержаних результатів дослідження полягає в огляді й аналізі інформаційного образу України в соціальних мережах із урахуванням викликів і загроз, які стали актуальними в контексті війни. Дослідження вдосконалює розуміння впливу соціальних мереж на формування громадської думки про Україну на міжнародній арені в умовах військового конфлікту.

Практичне значення одержаних результатів даного проєкту полягає у розумінні факторів, які впливають на сприйняття образу України як суб'єкта політичних відносин на міжнародній арені, а також розуміння, на що потрібно робити інформаційні наголоси, аби міжнародна спільнота підтримувала нашу країну в контексті російсько-українського воєнного конфлікту. Дане дослідження спрямоване на формування необхідних інструментів інформаційної політики. Отримані результати можуть бути корисними для

урядових органів, громадськості та міжнародних організацій, які прагнуть керувати та впливати на інформаційний образ України в світі, а також для дослідників і активістів, які цікавляться питаннями інформаційної війни й впливом соціальних медіа на сучасне суспільство.

Апробація результатів дослідження. Отримані результати будуть публікуватися в наукових студіях, а також можуть бути представлені на конференціях та семінарах з питань міжнародних відносин, медіа-комунікацій та політології для обговорення та апробації. Згідно з результатами даного наукового дослідження було опубліковано статтю в науковому альманасу «Магістерські студії» Херсонського державного університету.

Структура магістерського проекту відповідає зазначеним темі та завданням і містить вступ, два основних розділи, висновки та список використаних джерел. Загальний обсяг роботи – 62 сторінки (із них 45 – основного тексту). Список використаних джерел включає 60 найменувань.

РОЗДІЛ 1

ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ОБРАЗУ КРАЇНИ КРИЗЬ ПРИЗМУ ВОЄННИХ ПОДІЙ

1.1. Поняття образу держави та його основні компоненти через призму сучасної глобалізації

Сучасна глобалізація визначається високим рівнем взаємодії між державами й широким доступом до інформації завдяки технологічному прориву; відкриває нові горизонти та виклики у сфері міжнародних відносин і культурного обміну. У цьому контексті, поняття «образ країни» набуває надзвичайної важливості, оскільки воно визначає, як її сприймають на світовій арені та яким чином вона взаємодіє з іншими учасниками міжнародних відносин. Сьогодні образ країни став багатогарним, динамічним і відкритим для інтерпретації поняттям, яке втілює в собі складну міжкультурну взаємодію, де традиції, інновації, економічний статус, політичні позиції та культурна спадщина об'єднуються в унікальний комплекс, який визначає місце й роль країни у світовому співтоваристві.

На сьогодні могутність і вплив сучасних країн набагато більше розкривається в їх здатності ефективно впроваджувати інформаційні стратегії задля впливу на когнітивні шаблони людської свідомості, ніж у фінансовому та ресурсному потенціалі. У даній взаємодії виступають ключовими не фізичні суб'єкти (люди, соціальні угруповання чи держави), а їх віртуальні прототипи, штучно сформовані образи, інформаційні сурогати, які спроможні не просто спотворювати, а й підміняти реальність. Тож образ держави (країни) сьогодні є одним із найефективніших засобів ведення внутрішньої та зовнішньої політики.

Поняття «образ» відносно держави почали активно впроваджувати в аналізі міжнародних відносин ще з 1950-х років. Даний підхід набув популярності завдяки роботі Кеннета Боулдинга, який приділив особливу увагу використанню поняття «образ» для пояснення факторів ворожості та

конфліктів між державами. Важливим внеском Боулдинга було виявлення існування національних образів «інших» держав у міжнародній системі, що має значення для розуміння динаміки міжнародних відносин.

Розглядаючи складний і багатогранний політико-психологічний феномен поняття «образ держави», спершу варто чітко визначити, що взагалі розуміється під «образом» з точки зору психології, і також ретельно визначити, яке конкретне значення має поняття «держава», яке використовувалося в даному проєкті.

У соціальному контексті Кеннет Боулдінг розглядав образ як патерн (шаблон) поведінки, який здатен впливати на дії окремого індивіда, групи осіб або навіть нації. Він підкреслював, що поведінка особистості зумовлена тим, як вона уявляє цей світ, а не його об'єктивним станом речей у ньому. Дослідник звертав увагу на афективний аспект образу, при цьому розвиваючи ідею в контекст віри, а не об'єктивних знань [60, с. 21]. Учений також підкреслював, що наші вчинки визначаються нашим суб'єктивним уявленням про світ, а не його об'єктивним станом.

У своїй праці «Образ, або що сталося з американською мрією» Деніел Джозеф Бурстін подібно трактував поняття «образ». Він стверджував, що «образ» — це ілюзорна форма свідомості, основу якої складає спрощене й неточне відображення реального світу. Джозеф Бурстін запевняє: «Світ створений не людьми, а образами» [15, с. 226].

Відтак, науковці стверджують, що сприйняття навколишнього світу є суб'єктивним, підпорядкованим численним факторам, які спричинюють спотворення бачення реального стану речей. Одним із таких чинників виступає індивідуальний життєвий досвід, який впливає на уявлення, переконання й життєві цінності кожної особистості. На колективному рівні суб'єктивність сприйняття опосередковане стереотипами і соціальними установками, ще глибше — архетипами та міфами [36, с. 411].

Поняття «держава» носить різноманітні значення та смисли, обумовлені її складною соціально-політичною природою. Дослідниця Ірина Дідук у своїх

працях наголошує на тому, що концепти «держава» і «країна» не завжди співпадають: українська молодь розділяє поняття образу стосовно держави як владного органу від уявлення про країну як спорідненого суспільства [5, с. 65–66].

Науковиця Нігора Хазратова висуває концептуальну теорію про те, що образ держави, подібно до будь-якого психологічного уявлення, має три рівні: **когнітивний, емоційний та поведінковий**. На когнітивному рівні інформація про країну та її громадян обробляється за допомогою системи певних символів і кодів, що впливає на сприйняття. У міжнародному глобальному просторі здійснюються процеси самоідентифікації та ідентифікації. Емоційний аспект відіграє важливу роль у сприйнятті держави, оскільки сприйняття неможливе без емоційного забарвлення. При формуванні образу країни основну ключову роль надається емоційно-оцінковій складовій, яка впливає на сприйняття держави на когнітивному рівні й формує конкретний образ держави, визначаючи її індивідуальні ознаки. Формування конкретної політичної поведінки зумовлене саме когнітивним та емоційно-оцінковим аспектами. Поведінковий складник образу характеризує, які форми діяльності (чи бездіяльності) відбуваються щодо держави (наприклад, байдужість, ворожнечу, протести, зацікавленість активність тощо) [37, с. 23].

Подібну наукову думку стосовно різнорівневості образу держави розвинула Олена Щурко. У результаті її дослідження виявлено, що функціональні аспекти образу держави можуть виявлятися в такі способи:

- 1) уявлення на чуттєво-емоційному рівні;
- 2) розуміння, оцінку та інтерпретацію на раціональному рівні мислення;
- 3) відображення в свідомості людей;
- 4) вияв діяльності, мови, символів та інших систем знаків [37, с. 24].

Крім цього, у її концепції поняття «образ держави» включає ознаки суб'єкта (держави), які сформовані в історичному контексті та частково базуються на стереотипах, архетипах та міфах, тому вони є стійкими та сталими.

Також Георгій Почепцов акцентує увагу на наявності низки упереджень, які сучасні ЗМІ активно впроваджують із метою впливу на свідомість громадян, досягаючи конкретних цілей, наприклад навіювання страху, тощо. Звідси, знову ж таки, психологічними бар'єрами у формуванні образів **міфи, архетипи, установки та стереотипи** [36, с. 411].

Загалом **архетип** визначають як певне гіпотетичне явище, що об'єднує уявлення та інстинкти, створюючи своєрідну систему світогляду та сприйняття. Згідно з існуючими в підсвідомості архетипами особистість формує індивідуальну картину світу й сприймає навколишнє середовище, використовуючи уяву та сталі, закріплені образи. У цьому контексті, архетипи виступають неусвідомлюваними компонентами образу, що не лише сприяють структуруванню та маркуванню явищ предметів і явищ у навколишньому середовищі, але й ускладнюють сприйняття «іншого» (невідомого). Архетипи переважно формуються на основі раніше пережитого досвіду, тому індивідуум спирається на них несвідомо, але при цьому не ставить під сумнів їхню достовірність і правдивість [36, с. 411].

Карл Юнг окреслює поняття «архетип» як основну ознаку світового образу, яка сформувалися внаслідок нагромадження аналогічного досвіду [39, с. 13]. Психіка людини усвідомлює не архетипи, а лише образи, що їм відповідають. Архетипи можна розглядати як певні когнітивні шаблони, які зумовлюють поведінку особистості і накопичують у собі спільний досвід багатьох поколінь у інтегрованій формі. Наприклад, у розгортанні сучасних інформаційних воєнних конфліктів активно впроваджуються архетипи з метою створення руйнівного впливу на образ держави на міжнародній арені, тобто за допомогою екзогенних факторів [36, с. 412].

Суспільство XXI століття схильне полегшувати процес пізнання; масова свідомість відмовляється від традиційного підходу до набуття досвіду й знань і намагається пізнати певні об'єкти та явища переважно через узагальнені уявлення, або стереотипи.

Соціальні стереотипи пояснюють як стереотипи, характерні мисленню та поведінці індивіда, а етнокультурні стереотипи — узагальнені уявлення про певні специфічні риси, властиві представнику певної спільноти або ж усій нації. Політичний стереотип, як окремий вид соціального стереотипу, систематизовано окреслює образ політичного об'єкта та впливає на політичну діяльність. Ще у 1922 році у своїй праці «Громадська думка» Волтер Ліппман вперше висунув теорію про те, що «стереотип» — це схематично обумовлені певною культурою «картинки світу» в уявленні людини, які полегшують сприйняття складних об'єктів навколишнього середовища [32]. Згідно цієї ідеї стереотипи мають дві ключові ознаки: обумовленість культурними чинниками і можливість раціоналізувати та спрощувати мислення. Незважаючи на те, що стереотипи часто мають негативний відтінок, вони можуть допомогти в підготовці особистості до взаємодії з іншими культурами, полегшуючи емоційне сприйняття невідомого й розширюючи загальне уявлення про світ. Стереотипи подібні до традицій, ритуалів і міфів, проте розбіжність полягає в тому, що традиції та звичаї відкриті для інших культур, водночас як стереотипи лишаються прихованими у психології «своїх» серед нації.

Представники різних культур здатні будувати в своєму уявленні минуле, звертаючись до вибіркового компонентів історичної пам'яті, або використовуючи історичне минуле для пояснення майбутнього образу. Тож сучасні міфи створюють, аби пояснити минуле: історію народу, факти, події, діяльність важливих постатей тощо). Сьогодні міфи грають ключову роль у об'єднанні суспільства, підкріплення національної ідентичності й визначення специфічних ознак нації (образу народу), які дають змогу ідентифікувати її серед інших народів. Сюди відносяться історичні міфи про «особливу місію нації», «про прадавність культури» або легенди про «національних героїв» і «про Дух нації» та ін. Такі міфи зазвичай допомагають вирішувати конкретну ситуацію конкретних завдань, і коли досягнуто певну мету, міф може бути замінений новим або перероблений із нашаровуванням додаткових ознак (задля виконання нового завдання) [36, с. 412].

У зв'язку із зростанням інтенсивності інформаційних процесів у суспільно-політичному житті держави, масова свідомість потребує спрощення складних політичних реалій, особливо їхньої політичної аспекти. Тенденція до зведення політичних подій до простих схем на основі архетипних конструкцій колективного несвідомого стає особливо помітною у часи сучасного цивілізаційного розвитку. Варто зазначити, що архаїчні міфи покликані тлумачити світобудову, але сучасний міф пояснює життя суспільства в цілому й інтерпретує явища й процеси, які мають місце в світі [36, с. 412].

При взаємодії свідомості міфологічної з іншими формами людської виникають міфи в галузі політики, економіки, історії та соціальних наук, які накладають відбиток на сприйняття реального світу. У політичній сфері міфи широко застосовують як інструмент потужний засіб політичного впливу та маніпулювання суспільною думкою. Політичні міфи служать засобом осмислення людьми явищ і подій політичного життя країни. До того ж, міф постає важливим фактором у процесі легітимізації державного ладу, а також встановлення політичних режимів і визнання лідерів [36, с. 413].

Отже, стереотипи, архетипи, і міфи є ключовими елементами, які впливають на спрощене сприйняття образів певних об'єктів й одночасно виступають бар'єрами, що обмежують наше світосприйняття. Ґрунтуючись на історичному досвіді поколінь, вони сприяють формуванню «потрібного» ставлення до конкретних явищ або подій, а також спонукаючи до конкретного виду діяльності (або бездіяльності).

Загалом ідея полягає в тому, що образи держав поєднують у собі сталі й змінні елементи; вони складаються з відповідних «пластів», що належать до національної свідомості, менталітету, міфів, традицій, стереотипів та історичної пам'яті, забезпечуючи стійке ідентифікаційне підґрунтя образу. Також включаємо елементи, що зазнають змін під впливом певних історичних і міжнародних подій, діяльності громадян і політиків, або навіть випадкових обставин, створюючи основу для трансформації образу або його окремих складових. Перша група елементів пов'язана з колективними уявленнями і

колективним несвідомим, у той час як друга — відображає раціональну діяльність окремих груп суспільства, політичної еліти та політичних інститутів [36, с. 413].

Слід зазначити, що ЗМІ здійснюють активний маніпулятивний вплив на громадську свідомість, послуговуючись політичними міфами й стереотипами, насамперед за допомогою Інтернету та соціальних медіа: станом 10 липня 2023 року, 80% українців дізнається важливу інформацію щодо суспільно-політичних подій саме через соціальні мережі [34].

Тож, поняття «образ країни» може бути розглянуте як особливий тип уявлень та переживань, що формується через досвід і міркування щодо певної нації або країни. Цей образ стимулюється через різні джерела інформації, включаючи засоби масової інформації, політичні події (як внутрішньої політики, так і зовнішньої), розважальний контент (відео, фільми тощо) і чутки. Образ країни охоплює багато різних складових, таких як національні символи, кольори, характерні архітектурні споруди, літературні твори, музичні мотиви та пісні, предмети побуту, типовий одяг, звичаї, історичний спадок, політична система та ін [46, с. 3].

Отже, як відзначають дослідники Інгенхофф, Сегев і Чаріатт, образ країни є важливою конструкцією не лише для ствердження національної ідентичності, але й для сприяння міжнародній взаємодії. Зазначені автори підкреслюють, що на формування образу різних країн значно впливають не тільки публічна дипломатія, але й інформація з відкритих джерел, соціальних медіа та інші відомості, доступні у пошукових системах і в мережі Інтернет [45, с. 111].

1.2. Ключові чинники й ознаки формування образу країни на міжнародній арені в класичному та віртуальному вимірах

У сучасному світі, де інформація та зв'язок здавалися б невичерпними, образ країни грає особливу роль і визначає внутрішню та зовнішню ідентичність держави. Саме образ країни створює враження, формує стереотипи, впливає на вирішення економічних, політичних та

соціокультурних завдань. Однак процес формування образу країни сьогодні відбувається не лише в класичному вимірі, а й у віртуальному просторі, де медіа й інтернет здатні суттєво вплинути на сприйняття країни та її образу.

У період загострення економічних, політичних, соціальних криз і в умовах загальносвітової конкуренції, у якій беруть участь фактично всі розвинені країни, стає очевидним, що політичне комунікативне середовище стає більш конфліктогенним. У цьому контексті, успіх держави залежить від її здатності ефективно просувати свій образ на міжнародній арені, використовувати механізми захисту та адаптації, а також впроваджувати ефективні стратегії для подолання репутаційних криз [37 с. 22].

Складна багатоаспектна структура образу держави, яку ми розглядали вище, підтверджує, що формування образу держави визначається різними факторами через різноманітні смислові конструкції.

Центральними учасниками формування образу держави постають вищі владні інститути, зокрема президент (та його адміністрація), уряд (виконавча гілка влади), парламент (законодавча гілка влади), судова система, політичні партії та органи місцевого самоврядування. Важливо відзначити, що іноді дані суб'єкти навмисно не працюють над формуванням свого позитивного іміджу. Проте вони сприяють формуванню як власного іміджу, так й іміджу всієї країни через реалізацію своїх політичних програм і відповідності їх дій суспільним очікуванням. До того ж, засоби масової інформації, громадські організації і рухи мають значущий вплив на формування іміджу держави. Позитивний політичний імідж формується завдяки високому рейтингу популярності відповідних посадових осіб, їх можливості впливати на громадську думку, активно формувати політичну діяльність держави та суспільства в цілому [3, с. 68].

Проаналізуємо деякі підходи, що є визначальними факторами формування образу країни.

Ераст Галумов визначає три категорії таких чинників.

- ✚ **Умовно-статичні фактори** включають природні ресурси; національну і культурну спадщину; стійкі геополітичні складові (географічне положення, площа території країни, доступ до морів); історичні події, які наклали відбиток на розвиток держави, а також внесок видатних особистостей, образ яких напряму пов'язаний із історією країни; основні аспекти державної структури та управління.
- ✚ **Умовно-динамічні соціологічні чинники.** Сюди відносять соціально-психологічний стан суспільства; форми інтеграції громадян у суспільно-політичні структури; характер та принципи функціонування суспільно-політичних угруповань; а також моральні та ціннісні аспекти суспільного розвитку.
- ✚ **Умовно-динамічні інституційні чинники.** До них відносять стабільність економіки держави, яка оцінюється за рядом показників, таких як ВВП, обсяг інвестицій, рівень доходу на душу населення, фінансова забезпеченість різних рівнів бюджетів; правове середовище держави та відповідність правових норм міжнародним стандартам; і ролі, повноваження та механізми державного регулювання різних сфер життєдіяльності в країні [21, с. 81].

На думку Грема Даулінга, існують наступні фактори формування образу держави: діяльність суспільно-політичних лідерів; політична система (устрій держави); новини; наукові досягнення; культура; імідж торгових марок; експорт культурних цінностей; видатні постаті спортивної сфери, досягнення в олімпіадах і змаганнях; просування сфери туризму; експорт послуг і товарів і їх реклама [4, с. 293].

У концептуальній моделі зовнішнього образу регіону, розробленій Д. Гавром та А. Савіцькою, визначальними поняттями є:

1. Географічні та ресурсні складові, які охоплюють культурні цінності й природні ресурси, включаючи географічне положення регіону.
2. Лідерство, яке орієнтується на главу держави та інших впливових осіб.

3. Політичний контекст, який включає політичний режим, стан ЗМІ та законодавчу базу.
4. Історичні події та образи, які вплинули на розвиток регіону та його сприйняття.
5. Відомі торгові марки й бренди, які асоціюються з певним регіоном.
6. Національний менталітет, який включає сукупність рис характеру національної спільноти.
7. Міжнародний авторитет, який визначається сучасною діяльністю регіону на міжнародному рівні.
8. Основні цінності та ідеї, що формують ідентичність та образ регіону [21, с. 82].

Зазначена загальна модель формування позитивного образу країни та її факторів відкриває шлях до розгляду **основних механізмів**, які безпосередньо пов'язані з даним процесом.

Дослідник Ераст Галумов виокремлює наступні механізми:

- ✚ **Позиціонування:** виявлення унікальних особливостей об'єкта на тлі інших в сприятливому інформаційному середовищі.
- ✚ **Маніпуляція:** залучення уваги та переключення уваги за допомогою різних методів.
- ✚ **Міфологізація** включає в себе використання існуючих міфів або створення нових, що сприяють успішному формуванню іміджу.
- ✚ **Емоціоналізація** полягає в наданні образу емоційного забарвлення.
- ✚ **Вербалізація.** Цей механізм передбачає створення адекватних словесних форм для вираження інформації, пов'язаної з образом [21, с. 82].

Ефективність запровадженої моделі для формування позитивного образу держави можна оцінювати шляхом аналізу функцій, які цей образ виконує. Ераст Галумов виділяє ряд функцій позитивного образу країни, насамперед такі:

- ✚ **Ідентифікація** сприяє інформуванню про позитивні аспекти країни, полегшуючи позитивне сприйняття держави.
- ✚ **Номінативна функція** робить акцент на виділенні країни серед інших шляхом підкреслення позитивних характеристик й унікальних особливостей в умовах світової політики та міжнародної системи.
- ✚ **Протиставлення** полягає в створенні полярності з іншими країнами, що можуть мати спільні аспекти з об'єктом образу.
- ✚ **Естетична функція.** Ця функція полягає в наданні краси й благородства відомостям про країну.
- ✚ **Ідеалізація** розкриває створення атмосфери найбільш приязного сприйняття й акцентування на найпривабливіших аспектах об'єкта для конкретної соціальної групи.
- ✚ **Адресна функція** спрямована на конкретні суспільні групи, адаптуючи образ таким чином, щоб він був сприйнятий цільовою аудиторією [21, с. 82].

У сучасному світі, коли технічні засоби забезпечують можливості для створення великих обсягів другорядної інформації, таких як тексти й зображення, стає актуальним завдання формування образу країни за допомогою засобів масової інформації (преса, телебачення, Інтернет і соціальні мережі) [25, с. 112]. М. Маклюен і К. Фіоре наголошують, що при зростанні популярності ЗМІ набувають все більшого значення та виконують роль «системоутворюючого елемента політики», втрачаючи колишню роль простого інструменту [47, с. 5]. Сучасні засоби масової інформації є могутнім інструментом формування образу держави у міжнародному середовищі, оскільки вони здатні впливати на свідомість, емоції окремих індивідів, груп населення, націй. Вони також керують достовірністю викладеної інформації. Отже, інформаційна політика держави набуває особливого значення у цьому контексті.

Становлення та зміна міжнародного образу держави переважно визначаються зовнішніми факторами, що впливають із сучасних напрямів

нарощення впливу міжнародних стандартів і середовища на внутрішню політику країни.

Серед зовнішніх факторів впливу у формуванні міжнародного образу держави на сучасному етапі важливу роль відіграють світові стандарти, що визнані міжнародною спільнотою і є загальноприйнятими. Вони відображають різноманітні аспекти привабливості чи непривабливості країни та включають такі аспекти як норми врядування, рівень добробуту населення, економічний розвиток, права людини, рівень корупції, свобода преси тощо. Наприклад, організація «*Freedom House*» регулярно складає рейтинги за індексами політичних прав і громадянських свобод, Програма розвитку ООН (ПРООН) приділяє увагу індексу людського розвитку, «*Transparency International*» оцінює рівень корупції, компанія А.Т. Kearney співпрацює з журналом «*Foreign Policy*» для визначення індексу глобалізації, Фонд Бартельсманна працює над індексом трансформації, Т. Ванханена вивчає індекс демократизації і т.д. Ці індекси можуть або зводити до мінімуму сприйняття негативних стереотипів, і, як наслідок, поліпшувати сприйняття держави в цілому, або ж, навпаки, посилювати негативний вплив стереотипів на формування образу країни [38].

Також не можна недооцінювати роль стереотипів у формуванні уявлення про країну. Це легко простежується на прикладі, коли європейці уявляли собі народи Африки. Велика різниця в культурі, зовнішньому вигляді жителів обох континентів, кліматі, рослинному й тваринному світах призводила до створення різних уявлень про образ африканців. Нерідко, розбіжність у відношенні до укладу життя в інших країнах впливала на образ африканців, оскільки дослідники, мандрівники й письменники описували народ Африки, віддзеркалюючи свою громадську позицію, побудовану на певних уявленнях та стереотипах. Ще одним літературним стереотипом стали захоплюючі описи пейзажів і тварин, що населяють Африку, без зазначення того, що там мешкають певні народи. Даний стереотип, із одного боку, допомагав краще пізнати географію та природу Африки, проте з іншого – створював хибні

уявлення про малозаселені чи майже безлюдні території, що сприяло колоніальній політиці «розвитку» та звільняло від моральної відповідальності перед народами Африки [25, с. 114].

Серед важливих зовнішніх факторів, що впливають на формування образу країни, можна виділити наступні:

1. Міжнародні екологічні та правозахисні організації та рухи, які розповсюджують інформацію про порушення в галузі екології, дотримання прав людини, рівня добробуту населення. Ці питання стають все більш популярними, особливо в контексті глобальних викликів. Позиція країни у цих питаннях впливає на формування образу.
2. Громадяни країни, які проживають за кордоном (мігранти й певні діаспори), активно впливають на образ країни, поширюючи свої цінності та національні традиції. Особливої популярності в останні десятиріччя набули трудові міграції, а в контексті сучасного воєнного стану в Україні — міграція (переважно жінок із дітьми) внаслідок російсько-українського воєнного конфлікту закордон. Така міграційна криза також має негативний вплив на образ України.
3. Туризм сприяє зростанню обізнаності громадян інших країн і стає важливим джерелом прибутку. Туристи можуть створювати або зміцнювати сприйняття певної країни в міжнародному середовищі.
4. Діяльність зовнішньополітичних установ, дипломатичних представництв, культурно-просвітницьких центрів за кордоном також репрезентують країну й впливають на її міжнародний образ, відстоюючи інтереси держави та її громадян.
5. Політичні технології дозволяють трансформувати образ держави у заданому напрямку, створювати привабливий імідж країни і, таким чином, впливати на сприйняття її на міжнародній арені [38].

Якщо образ країни в класичному розумінні формується на основі ряду таких ключових ознак, як історія, культура, політична система, економіка, природні ресурси та ландшафти, спорт, мистецтво, зовнішня політика та інші, то в контексті **соціальних мереж** образ країни формується трохи інакше, адже це платформи, де головний акцент робиться на візуальних матеріалах, короткому контенті та швидкому сприйнятті інформації.

Виділяємо декілька ключових ознак формування образу країни у **віртуальному вимірі**:

1. **Візуальний контент.** Важливий аспект формування образу країни — це використання візуального контенту, такого як фотографії та відеоролики, що показують пейзажі, міста, пам'ятки культури та архітектуру. Ці матеріали відображають красу та унікальність країни.
2. **Впливові громадяни.** Співпраця з місцевими й іноземними інфлюенсерами та блогерами, які мають велику аудиторію в соціальних мережах, допомагає привертати увагу до країни. Їхні рекомендації та історії можуть впливати на позитивне сприйняття.
3. **Тренди та хештеги.** Використання актуальних трендів та хештегів допомагає залучати аудиторію та підтримувати обговорення. Це дає можливість підтримувати актуальність контенту.
4. **Віртуальні події.** Організація віртуальних фестивалів, онлайн-трансляцій подій і вебінарів, що стосуються культури та традицій, життя громадян країни, може допомогти залучати аудиторію й створювати сприятливий образ держави.
5. **Відгуки та рекомендації.** У свою чергу, публікація відгуків туристів та мешканців про життя в певній країні допомагає створювати довіру та підтримує позитивний образ.
6. **Меми та інтернет-жарти.** Створення характерних мемів та інтернет-жартів, які відображають особливості менталітету й гумор країни, може допомогти поширити образ через вірусний контент. Слід зазначити, що навіть у період збройного конфлікту проти України, мережею

поширилися дуже багато мемів і жартів про реалії життя українського населення, які одночасно яскраво відображають незламний дух українців попри будь-які обставини.

7. **Історії користувачів на соціальних платформах:** Поширення коротких відео й історій користувачів для показу щоденного життя, подорожей, культурних особливостей країни, а на сьогодні для України – для висвітлення нагальних питань і проблем, які потребують найбільшого розголошення й уваги міжнародної спільноти (агресія Росії проти України, військові злочини та ін.).
8. **Обговорення в групах та спільнотах.** Участь у дискусіях та обговореннях в групах та спільнотах соціальних мереж, які стосуються країни, допомагає виявити і реагувати на запити аудиторії, створюючи діалог та сприяючи формуванню образу.

Варто зазначити, що в епоху стрімкого технологічного зростання й інформаційного розвитку, соціальні медіа стали одним із найбільш ефективним і потужним засобом формування образу країни на міжнародній арені з ряду причин:

- 1) масовість аудиторії: соціальні мережі мають мільярди користувачів по всьому світу. Це дозволяє країнам досягти аудиторії різного віку, різних соціокультурних груп і географічних регіонів;
- 2) візуальний зміст: соціальні медіа роблять акцент на візуальний контент, такий як фотографії та відео, що дає змогу країнам продемонструвати свою культурну спадщину, природні краси та історичні пам'ятки;
- 3) соціальна взаємодія: соціальні мережі сприяють активній взаємодії між користувачами. Лайки, коментарі, репости та обговорення створюють діалог і дозволяють аудиторії висловлювати свої думки та почуття щодо країни;
- 4) вплив інфлюенсерів: блогери та інші впливові особи мають значний вплив на аудиторію соціальних мереж. Співпраця з ними допомагає країнам отримати більше уваги та рекомендацій;

- 5) тренди та вірусність: тренди та вірусний контент можуть швидко розповсюджуватися в соціальних мережах, створюючи багатообіцяючі можливості для країни виходити на передовий план;
- 6) доступність інформації: соціальні мережі забезпечують швидкий доступ до інформації про країну, її культуру, традиції, події та інше. Це сприяє збільшенню обізнаності та цікавості до країни;
- 7) взаємодія з аудиторією: країни можуть звертатися до своєї аудиторії через соціальні мережі, вивчати їхні побажання та відгуки, відповідати на запити та впливати на сприйняття країни;
- 8) глобальне охоплення: соціальні мережі дозволяють країнам взаємодіяти з аудиторією як власної країни, так і міжнародної. Це також сприяє формуванню образу країни в міжнародному середовищі, поширювати свої ідеї, звичаї, традиції та інші культурні особливості.

Тож, формування образу країни є складним процесом, який включає в себе класичний (географічні ресурси, політичний контекст, культуру тощо) та віртуальний (візуальний контент, тренди, віртуальні події та ін.) аспекти. Культурна репрезентація через мову, мистецтво, історію та традиції є ключовим фактором в цьому процесі. Розуміння цих факторів допомагає країнам керувати своїм образом і впливати на сприйняття своєї культури й ідентичності у світі.

1.3. Інформаційний простір як особливий чинник формування образу країни

Поняття «інформаційний простір/сфера» сформувалося внаслідок розвитку геополітичних сфер, які мають свої властивості та можуть розглядатися як окремі простори з власними структурою, ресурсами, межами та особливостями діяльності, а також взаємодії різних суб'єктів, що охоплюють інформаційне забезпечення.

Сьогодні в науці існує багато різних підходів до інтерпретації поняття інформаційного простору. Розуміння цього терміну в інформаціології базується на визначенні інформаційної сфери.

Загалом, термін «інформаційний простір» використовується для опису системи зовнішніх і внутрішньо організаційних потоків інформації. Ці потоки інформації можуть відрізнятися за змістом, методами, передачею та інтенсивністю обміну. Його також можна використовувати для позначення відповідної сфери суспільної діяльності, охопленої певною системою потоків інформації [9, с.21].

Інформаційна сфера — це сукупність інформаційної інфраструктури, інформації та суб'єктів, які виконують формування, збір, обробку й поширення інформації, а також системи регулювання відповідних суспільних відносин [9 с. 21]. Інформаційна сфера також часто визначається як сукупність відносин, які виникають при формуванні та використанні інформаційних ресурсів. Ці відносини залежать від створення, збору, обробки, накопичення, зберігання, пошуку, розповсюдження та надання інформації споживачам, а також від створення та використання інформаційних технологій і ресурсів, які їх забезпечують [9 с. 21].

Інформаційне середовище є змінним, де фізичні об'єкти зазвичай мають чітко визначені географічні межі та можуть отримувати переваги в доступі до часових інформаційних ресурсів, а також відзначається наявністю структури [9, с. 21].

За твердженням Лесі Біловус, центральним фокусом інформаційного простору виступають суб'єкти, які використовують можливості сучасних інформаційних технологій, разом із тими, хто створює, накопичує, передає та зберігає інформацію [1, с. 189]. Інформаційний простір позбавлений усіх обмежень фізичного простору, таких як океани, державні кордони та великі відстані. Але він також має конвенціональні межі, які обмежують його право на недоторканність приватного життя. Ці обмеження пов'язані з державною чи військовою таємницею [1, с. 189].

Інформаційна інфраструктура суспільства включає в себе комплексний набір компонентів, таких як мережі зв'язку, інформаційні та телекомунікаційні системи, промислові засоби інформатизації, системи для

збереження інформаційних ресурсів і забезпечення доступу до інформаційно-телекомунікаційних систем і ресурсів, ринок інформаційних послуг й індустрію інформації, системи для підготовки фахівців і проведення наукових досліджень, а також алгоритми та програмне забезпечення, що підтримують функціонування й інших компонентів, включно з програмно-апаратними платформами [9 с. 22].

Виділяємо наступні функції інформаційного простору:

1. **Інтегруюча функція:** поєднання різних видів діяльності — культурної, соціальної, економічної й політичної, — у єдине соціокультурне та просторово-комунікативне середовище.
2. **Комунікативна функція:** створення специфічного середовища для інтерактивної, мобільної та транскордонної комунікації між різними суб'єктами, що сприяє обміну інформацією.
3. **Актуалізуюча функція:** реалізація інтересів різних суб'єктів діяльності в інформаційній сфері через здійснення інформаційної політики.
4. **Геополітична функція:** модифікація важливості традиційних ресурсів, а також формування власних, що допомагає конструювати нове середовище для конкуренції та геополітичних відносин [9, с. 22].

Інформаційна сфера є могутньою рушійною силою зростання постіндустріального суспільства і впливу на стан політики й оборони, економіки, та решти аспектів державної безпеки.

Як підкреслює вітчизняний науковець Віталій Карпенко, «інформаційний простір» — це складне соціально-політичне поняття, яке описує, яким чином інформація існує, створюється, поширюється й обертається. Будь-яка країна має інформаційне поле, яке охоплює національні економіку, територію, повітряний простір, акваторію. У такому середовищі активізуються засоби масової інформації. «Держава зобов'язана гарантувати використання свого інформаційного поля в інтересах саме держави та її громадян» [13, с. 241].

Очевидно, що інформаційний простір конкретної країни націлений на генерацію певної думки та популяризацію відповідної ідеї серед громадян цієї держави. Інформаційний простір, спрямований на підтримку єдиної ідеї, здатен адаптовувати чи відкидати чужі цінності й гегемонію без руйнівних наслідків [8].

Еволюція інформаційного простору, як за якісними, так і за кількісними параметрами, спричинила значущі зміни в сучасному інформаційному ландшафті, що впливає на конструювання образів. При докладнішому розгляді змін виділяємо наступні аспекти, пов'язані із регулюванням масової комунікації та безпекою в інформаційній сфері:

1. Втрата чіткості суверенітету держави в медіапросторі та виклики правозастосування в інтернеті

Мережа Інтернет як глобальний інформаційний простір діє в рамках, які не обмежені офіційними національними кордонами, зумовлюючи складність контролю над державними процесами. Великі технологічні компанії мають більший вплив, ніж багато інших держав, і їх центральні офіси не підконтрольні більшості країн. Слабші країни обмежені в можливостях впливати на ці компанії і змусити їх здійснювати свої правові процеси. Інтернет належить приватним компаніям, які не шанують державне втручання. Державам важко забезпечити дотримання певних правил у мережі, оскільки вона не контролює ключові ресурси й повноваження. Як зазначають аналітики «Детектор Медіа», Україна також стикається з цими викликами через надмірне втручання правоохоронних органів і відсутність суспільного контролю [29].

2. Втрата довіри до традиційних засобів масової інформації

Розвиток глобальності мережі Інтернет призвела до втрати авторитету традиційних ЗМІ, які раніше виконували роль підзвітності влади перед громадянами. Зростання доступності дешевого контенту в мережі привело до зниження якості інформації. Також, власники традиційних ЗМІ стали неспроможні контролювати інформаційні потоки. Крім того, спроби впровадити платний доступ до якісного контенту можуть призвести до

утворення «інформаційних гетто», де доступ до інформації обмежений. Все це суворо погіршує стандарти й об'єктивність ЗМІ і потребує нових стратегій і рішень.

3. Поява нових засобів громадської комунікації.

Наразі сучасні месенджери й інші соціальні медіа заповнили простори інформаційної сфери. Вони відрізняються від традиційних медіа, забезпечуючи масове горизонтальне спілкування та можливість миттєвої публікації тексту, відео та графіки. Вони дозволяють спрямовувати повідомлення до конкретних аудиторій та інтегруватися в різні групи інтересів. Проте, це також призводить до поширення недостовірної інформації (фейків), оскільки відсутність контролю над опублікованими даними й різні законодавчі середовища ускладнюють регулювання цього питання. У сучасних мережах діють автоматизовані інструменти поширення, включаючи ботів, які важко виявити. Поділ інформації в соцмережах є швидким і може поширювати як документовану, так і недостовірну інформацію з неймовірною швидкістю, презентуючи образ держави світовій спільноті. Механізми регулювання й цензури в соцмережах лишаються складним завданням через різні законодавчі рамки і різні культурні контексти [29].

4. Знецінення етичних норм комунікації в суспільстві.

Вище зазначене порушення стандартів ЗМІ і доступ до будь-якої інформації в мережі знизили рівень інтелектуальної якості суспільних дискусій. Експерти в учасниках дискусій замінилися блогерами та інфлюенсерами, і відсутність регулювання питання достовірності інформації спричиняє зниження обговорення фактів та збільшення поширення теорій змови [22]. Все це сприяє падінню якості інтернет-комунікацій і може призвести до інформаційних і мовних у бік тих, чия думка не подібна до ідеї суспільства. Ця ситуація створює виклики в контексті відновлення професійних стандартів та заохочення учасників дотримуватися цих норм.

5. Розповсюдження фейків і недостовірної інформації.

У інформаційному просторі спостерігається поширення недостовірної інформації, що свідчить про структурні зміни. Як відзначають автори й дослідниці Національного інституту стратегічних досліджень Дубова Д., Баровська А., Ісакова Т., Коваль І. у своїй аналітичній праці «Активні заходи» СРСР проти США: пролог до гібридної війни», концепція «активних заходів» була створена ще радянськими спецслужбами під час Холодної війни [10, с. 8]. Сучасні комунікаційні засоби дозволяють вести прямий діалог із зовнішньополітичним суспільством. Інтернет-тролі (автоматизація), боти (згубна діяльність) й різні канали допомагають створити сукупний негативний ефект, який може мати катастрофічні наслідки для суспільства (дезорієнтація й деморалізація громадян), через повторення певних наративів і повідомлень у медіапросторі.

6. Феномен «постправди».

За визначенням Оксфордського словника термін «постправда» описує ситуації, де об'єктивні факти менш важливі для впливу на громадську думку, ніж емоції й особисті переконання [50]. Це явище базується на техніках, які керують емоційним інтелектом читача, відкидаючи аргументацію та факти. Замість достовірної інформації розповсюджуються фейки (недостовірна інформація або дані, подані у спотвореному вигляді), що призводить до сприйняття реальності й розгортання політичних дискусій у «потрібному» руслі. Поняття «постправда» поширилося від другої половини 2016 року і містить в собі нові засоби комунікації, такі як використання відео-матеріалів, створення інтернет-тролів і зміщення семантичних наголосів, тобто надання старим поняттям нового змісту.

Отже, сучасна інформаційна сфера постає складним і багатогранним явищем, яке охоплює комунікацію на різних рівнях і діє через різноманітні медійні канали та соціальні платформи, які здійснюють могутній вплив на формування образу держави. Негативні чинники, такі як поширення недостовірної інформації та активність ботів і тролів, можуть спричинити конструювання спотвореного образу держави. Крім того, зміщення

семантичних наголосів і підміна фундаментальних понять у інформаційному просторі можуть вплинути на сприйняття держави як суспільства. До того ж, міжнародні онлайн-ЗМІ особливо швидко розвиваються та об'єднують різні медіаформи в єдиному інформаційному просторі. Їх географічний охоплення необмежене, що розширює їхній вплив на аудиторію по всьому світу. Таким чином, інформаційний простір є ключовим фактором у формуванні образу держави, і важливо контролювати та управляти інформаційними процесами для підтримки позитивного образу.

РОЗДІЛ 2

РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ ОБРАЗУ УКРАЇНИ В ЗАКОРДОННОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОМОВНИХ ПУБЛІКАЦІЙ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

2.1. Соціальні медіа як інструмент психологічного впливу у формуванні громадської думки про війну на міжнародній арені

У період глобальних змін у суспільстві, при впровадженні передових наукових досягнень, зокрема в галузі психології й технологій, набуває популярності вивчення засобів впливу на громадську свідомість. Серед різноманітних інструментів впливу, соціальні мережі посідають найвищий щабель, оскільки сучасна молодь витрачає значну кількість часу на інтернет-скролінг (від англ. scroll – «продивлятися», «прокручувати»). Таким чином, дослідження впливів на свідомість громадян і впровадження їх у веденні інформаційної війни за допомогою використання ЗМІ та соціальних медіа стають нагальним питанням, оскільки цей аспект залишається недостатньо розкритим і вимагає ретельного аналізу всіх методів, що використовуються для впливу на користувачів інтернет-платформ.

Із моменту появи соціальні платформи стали невід'ємною частиною повсякденного життя суспільства, надаючи можливість спілкуватися й підтримувати зв'язок незалежно від географічного розташування. Із введенням нового функціоналу, наприклад завантаження й обмін музикою, відео, документами та фото, соціальні мережі посіли провідне місце в категорії найпопулярніших сторінок в Інтернеті. І це й не дивно, оскільки такі інформаційні ресурси розкривають перед суспільством чисельні можливості, пов'язані не просто з обробкою та обміном інформацією, а й з перспективами висловлювати свої переконання, ідеї та творчість, слідкувати за подіями в усьому світі, швидко отримувати актуальну інформацію й формувати громади, що можуть впливати на суспільні зміни й порушувати глобальні проблеми.

У контексті глобалізаційних процесів соціальні мережі надають безліч можливостей також і на міжнародній арені, а саме:

- 1) **міжнародний обмін інформацією;**
- 2) **міжнародна співпраця** (наприклад, об'єднання спільнот з різних країн сприяє створенню глобальних спільнот, які об'єднують свої зусилля для вирішення нагальних проблем суспільства);
- 3) **громадська думка та мобілізація** (висловлення громадської думки й обурення стосовно різноманітних питань спонукає суспільство до конкретних дій або протестів);
- 4) **інформаційна свобода** (соціальні медіа дозволяють користувачам отримувати доступ до будь-якої інформації, включно з новинами, що сприяє більшій інформованості громадян й поширенню тенденції до вільного висловлення думок);
- 5) **міжнародна дипломатія** (деякі держави й міжнародні організації використовують соціальні мережі для ведення дипломатичної діяльності та спілкування з іншими країнами, що вкрай полегшує підтримку зовнішньої політики).

Проте варто зазначити й негативні аспекти використання соціальних мереж, які також можуть негативно впливати на формування образу країни в міжнародній спільноті. До них відносимо наступні:

- 1) розповсюдження дезінформації;
- 2) зростання популярності негативних тем, що підсилюють увагу до негативних аспектів життя в країні (конфлікти, корупція чи екологічні проблеми);
- 3) використання інформаційно-психологічних впливів із метою маніпулювання свідомістю громадян шляхом спотворення фактів, вигадкування подій або створення вірусних тем, які сприяють негативному сприйняттю країни.

Розглядаючи соціальні мережі в рамках інформаційних війн, важливо звернути увагу на психологічні явища, які обумовлюють привабливість мережі

у здійсненні інформаційно-психологічного навіювання на користувачів. Окремо слід детальніше зупинитися на наступних аспектах:

- ✚ «спіраль мовчання» (за Е. Ноель-Нойман);
- ✚ стадний інстинкт (зокрема у соціальних медіа);
- ✚ довіра до всього, що публікується в мережі;
- ✚ лідери думок;
- ✚ бажання самореалізації та/або втечі від реальності [14, с. 119].

Елізабет Ноель-Нойманн, німецька дослідниця у галузі політології і соціології, засновниця Інституту демоскопії в Алленсбасі, уперше висунула теорію масової комунікації під назвою «**спіраль мовчання**». Під час дослідження, розпочатого ще в 1965 році в контексті електоральної соціології під час виборів до Бундестагу, науковицею було висунуто твердження, що з даною теорією можна пояснити різні явища суспільного життя [35, с. 119].

У цілому, «спіраль мовчання» розкриває механізми вираження та популяризації громадської думки, вказуючи на тенденцію більшості людей утримуватися від поширення своїх поглядів, якщо вони вважають, що їх думку ніхто не підтримає. Іншими словами, люди можуть несвідомо адаптувати свою позицію (у залежності від того, чи їхні погляди є загальноприйнятими), виражаючи або замовчуючи її. Це явище знаходить застосування у різних комунікаційних стратегіях для стимулювання певних дій та соціальної поведінки (рис. 1) [35, с. 119].

Гіпотеза також доводить можливість впливу на громадську думку шляхом маніпулювання інформацією у ЗМІ, надаючи слово представникам меншості й пригнічуючи думки більшості. Наприклад, це пояснює явище, чому певні групи виборців, піддаючись тиску суспільної думки, можуть в останню хвилину голосувати на виборах [35, с. 119–120].

Поняття «спіралі мовчання» можна вживати для опису одного з аспектів громадської позиції як у демократії, так і в умовах недемократичних політичних режимів, де суспільна думка повністю перетворюється на «спіраль мовчання» [35, с. 120].

За твердженнями Елізабет Ноель-Нойманн, «спіраль мовчання» у демократії виникає через страх окремих індивідів бути несприйнятими іншими членами соціальної спільноти, одночасно як у контексті авторитарних режимах цей страх пов'язаний із небезпекою перетворитися на об'єкт політичного терору і репресій, тобто зіткнутися з ворожістю з боку правлячої влади [35, с. 120].

До того ж, «спіраль мовчання» може бути виявлена тоді, коли громадська думка, яка виступає важливим соціально-політичним інститутом демократії, представляє собою сукупність оцінок, що включають не лише погляди, солідарні з провладною точкою зору, але й судження чи позиції, які залишаються невираженими через відсутність прагнення до дій, що вимірюється критеріями пасивності чи опозиційності [30].

Релевантним до вищезгаданої моделі є прояв **«стадного інстинкту»**, оскільки це явище, частково трактує гіпотезу «спіралі мовчання». Цей принцип пояснює природу людини як колективної, групової істоти, яка зазвичай обирає модель поведінки, що є характерною для її соціальної групи [35, с. 119]. У соціальних мережах «стадний інстинкт» виявляється особливо яскраво, коли найбільша увага привернена до дописів, які отримують значну кількість коментарів і вподобайок. Таким чином, аудиторія приділяє більше уваги саме таким повідомленням, тоді як інформація з меншою кількістю «реакцій» на неї залишається практично непоміченою. Механізми «зараження» ефективно функціонують у випадку існування ботів у соціальних мережах. Боти розміщують значну кількість досить емоційних коментарів під постами, що, в свою чергу, впливає на психологічний стан аудиторії, передаючи конкретні настрої і сприяючи модифікації думок не раціональним шляхом, а за допомогою пробудження «потрібних» емоційних реакцій [35, с. 120].

Так само працює механізм із груповою діяльністю: індивід більш схильний приєднується до групи, що має аудиторію в кілька десятків або навіть сотень тисяч, ніж до меншої групи із декількома десятками учасників [14, с. 119].

Також варто звернути увагу на феномен абсолютної довіри до всього, що може бути опублікованим у соціальних медіа. Зазвичай користувачі не схильні до перевірки достовірності таких даних, особливо, якщо інформація донесена впливовою групою з великою кількістю читачів.

У цьому контексті слід також відзначити явище виникнення «лідерів думок». Доцільно створений образ «лідера думок» (що може включати окрему особистість, групу людей або сторінку на соціальній платформі) спонукає аудиторію поважати й безмежно довіряти такій особистості/групі людей, навіть за відсутності спеціалізованої освіти в певній галузі, і може розглядатися як авторитетне джерело інформації. Діяльність «лідерів думок», допомагає державі або корпораціям впливати на величезну цільову аудиторію, дозволяє переконувати в певних ідеях і навіювати їхнє бачення важливих подій і явищ в різних сферах функціонування держави і суспільства [12, с. 8–9].

Важливо відзначити, що користувач також прагне самовиражатися в мережі, приміряти на собі інші ролі або вільно висловлювати свої думки, користуючись аспектом анонімності. Так само віртуальна життєдіяльність забезпечує людині певну безпеку, оскільки віртуальна реальність значною мірою підконтрольна особистості і, як результат, видається менш ворожою до неї. Крім того, прагнення до віртуалізації свого життя часто обумовлене бажанням збагатити його новими кольорами й емоціями, наповнити насиченими подіями [14, с. 119].

Усі вищезазначені фактори призвели до тенденції зростання кількості користувачів соціальних мереж щороку. Згідно із даними від Statista, станом на жовтень 2023 року, перелік провідних соціальних мереж у світі за кількістю активних користувачів щомісячно був наступним: трійку лідерів посіли соціальні мережі Facebook, YouTube та WhatsApp. У десятці найкращих також Instagram, WeChat, Tiktok, Facebook Messenger, Telegram, Snapchat та Douyin [33].

Протягом останнього десятиліття, вплив засобів масової інформації на формування громадської думки став значно ефективнішим. Багато дослідників називають ЗМІ «четвертою владою», оскільки вони здійснюють величезний вплив на соціальну сферу. Досліджуючи психологічний аспект інформаційної взаємодії ЗМІ з громадськістю, слід брати до уваги, що цей їх авторитетність може сприяти зниженню рівня критичного мислення громадян і призводити до утвердження загальновідомих стереотипів у суспільній свідомості. Розповсюдження інформації, що містить стереотипи, через ЗМІ може призвести до пригнічення здатності особистості аналізувати й критично оцінювати події.

До найвпливовіших міжнародних ЗМІ слід звернути увагу на наступні: BBC, CNBC, The Guardian, The New York Times, The Financial Times, Bloomberg, The Washington Post, Politico та ін.

У міжнародній політиці значний вплив мають соціальні медіа, оскільки вони формують переконання й погляди користувачів за допомогою сучасних технічних пристроїв, наприклад мобільних телефонів і комп'ютерів. Соціальні мережі визначаються як онлайніві середовища, що об'єднують осіб з однаковими інтересами й уподобаннями, утворюючи спільноти. Цей процес призвів до революції міжнародних відносин: наразі важливий акцент у діяльності міжнародних організацій приділяється використанню Інтернету. Ряд урядів азійських, африканських та латиноамериканських країн використовують соціальні медіа для просування своїх позицій та наближення до світової громадськості, зокрема для створення позитивного сприйняття.

Отже, у сучасному світі соціальні медіа стрімко набувають популярності, охоплюючи різноманітну та широку аудиторію. У зв'язку з цим стає актуальною проблема вивчення впливу соціальних мереж на суспільну свідомість, особливо в контексті російсько-української гібридної війни, де ці платформи використовуються як засіб інформаційного протистояння та маніпулювання аудиторією держав-супротивників.

В ході дослідження соціальних медіа у контексті інформаційних війн виявлено ряд психологічних явищ, які впливають на користувачів. Модель «спіралі мовчання» і явище «стадного інстинкту» підкреслюють важливість висловлювання власних поглядів та впливу загальної думки на окремого індивіда. «Лідери думок» надають підтримку і підсилюють авторитетність інформації, а повна довіра до опублікованих в мережі даних може призвести до прийняття та подальшого поширення недостовірних фактів.

Ці психологічні методи використовуються для маніпулювання свідомістю громадян, сприяючи поширенню дезінформації, впливу на суспільну свідомість і поглиблення напруженості в суспільстві. Розуміння та виявлення цих механізмів є ключовим для успішної боротьби з використанням хибної інформації, а також забезпеченням інформаційної безпеки.

2.2. Модифікація інформаційного образу України в історичній ретроспективі в контексті російсько-українського збройного конфлікту

Формування міжнародного образу країни передбачає появу у світовому співтоваристві образів і уявлень, які пов'язані з певною державою й сприяють визначенню та просуванню її інтересів у міжнародній спільноті. Цей процес базується створенні узагальненого образу держави. Інші критерії цього формування також включають культурну, освітню та туристичну привабливість, умови для бізнесу й інвестиційного клімату. Крім того, важливу роль в цьому процесі відіграють національні символи, рівень добробуту громадян, репутація лідерів країни та її національних еліт [27].

Позитивне позиціонування держави, як на міжнародній арені, так і на теренах своєї країни, визначає успіх у всіх галузях її функціонування. Перспективи взаємодії та міжнародного співробітництва з іншими країнами перебувають у залежності від зовнішнього образу. Це особливо актуально для нових держав, сформованих після занепаду СРСР, а особливо для України. На жаль, наразі в Україні не існує ефективної державної інформаційної політики.

Хоча стратегії піднесення образу України на вищій щабель постійно впроваджуються, проте вони не є достатньо продуманими й дієвими.

Початком формування позитивного міжнародного образу України визнано Акт про прийняття незалежності від 24 серпня 1991 року. Відтоді політичним і державним лідери слід було розробити стратегію, спрямовану на поліпшення реноме країни на міжнародному рівні. До 2013 року Україна сприймалася як молода демократична країна, відома своїми найсильнішими спортсменами та найкрасивішими жінками, а також як країна, що мало не привертала особливої уваги міжнародної спільноти через відсутність значущих політичних подій [16, с. 233].

Образ України тривалий період переважно мав негативний відтінок, і основними асоціаціями були «Чорнобиль», «корупція», «нелегальні мігранти», тощо. Це спровокувало формування негативного образу держави, що навіть досягнення в галузі мистецтва й спорту не змогли гідним чином покращити сприйняття країни в міжнародній спільноті. Протягом певного часу Україна майже не привертала увагу міжнародних ЗМІ, оскільки кількість їх представників у столиці постійно зменшувалася, що обмежувало можливість руйнування наявних стереотипів і покращення ставлення інших держав до України [16, с. 233].

Слід зауважити, що створення бренду «Україна» і формування її іміджу виконують етапи, аналогічні тим, які використовуються для продукту чи організації. У цьому контексті кожна країна повинна в першу чергу спрямовувати свої зусилля на позитивне ставлення громадян до своєї держави, без чого неможливе позитивне позиціонування держави на міжнародній арені. Без внутрішнього позитивного образу неможливо ефективно просувати імідж України за кордоном, оскільки ставлення українських громадян до своєї країни є визначальним фактором [6].

Політичне життя в країні на пострадянському просторі було напруженим, із постійними обвинуваченнями уряду в шахрайстві й корупції, а також масштабними громадськими протестами. Протести, які розпочалися у

2013 році, перетворилися в насильницьке повстання в 2014 році, що спричинило повалення тогочасного урядового режиму й заворушення на сході України. Росія анексувала Автономну Республіку Крим на початку 2014 року; цей крок був широко осуджений міжнародною спільнотою [2, с. 5–6].

Загалом, до 2014 року Україна володіла суттєвим економічним потенціалом (зокрема завдяки природним ресурсам і виходу до моря), особливо у сільському господарстві та промисловості. Багата культурна спадщина, мовна різноманітність й незвичні традиції привертала увагу міжнародної спільноти. Країна мала потенціал для розвитку туризму завдяки різноманітності ландшафтів і рельєфу (наявність лісів, гір, озер, моря).

У 2016 році Україна приєдналася до зони вільної торгівлі. Спостереження Світового банку вказують на початок слабкого відновлення економіки України. Тоді зазначається, що триваючий конфлікт на Сході й недостатня ефективність економічних реформ ускладнюють можливість остаточного відновлення.

У вересні 2017 року Україна успішно уклала угоду з Європейським Союзом, що підвело країну ближче до реалізації президентської мети Петра Порошенка щодо приєднання держави до Європейського Союзу та НАТО. Крім того, Україна є членом ключових міжнародних та регіональних організацій, таких як Європейський банк реконструкції та розвитку, Світова організація торгівлі, ООН, а також Співдружність Незалежних Держав.

Слід зауважити, що Україна асоціюється також як незалежна й сильна нація, готова відстоювати свої права та політичні переконання. Про це свідчать значущі події, такі як Революція Гідності й Помаранчева Революція, про які знає весь світ. За цих революцій українське суспільство активно відстоювало свої переконання та право на вибір. Наприклад, Помаранчева Революція спрямована була проти фальсифікацій виборів, які стосувалися Віктора Януковича, і вимагала повторення другого туру виборів. У результаті цього відбулися повторні вибори, де першість отримав Віктор Ющенко. Революція Гідності виникла як протест проти неправомірного розгону мирної акції за

Євроінтеграцію. Остання відрізняється від Помаранчевої Революції, оскільки Революція Гідності мала більш радикальний характер, де згодом у бік протестувальників було застосовано силу підрозділом «Беркут». Внаслідок розстрілу з боку особливого підрозділу загинули мирні громадяни, яких пізніше ознаменували «Небесною сотнею» [26].

Україна отримала вражаючу міжнародну підтримку від різних країн, які створили безліч акцій на підтримку нашої держави й утворили Міжнародну коаліцію для допомоги Україні. Ця коаліція включає такі країни, як США, Канада, Італія, Іспанія, Франція, Литва, Латвія, Швеція, Норвегія та ін. Багато з цих країн надали не лише моральну, але й фінансову та військову допомогу. Наприклад, Україна отримала від США близько 90 тонн летальної зброї, а за останній рік США надали фінансову допомогу на суму понад 650 мільйонів доларів і загалом 2,7 мільярда доларів з 2014 року. Туреччина взяла на себе зобов'язання захищати територію, не пропускаючи бойові кораблі Росії через Чорне море. Країни Литва, Латвія й Естонія висловили готовність передати зброю Україні [24].

Необхідно приділити особливу увагу культурному образу України в світі, оскільки протягом тридцяти років незалежності країна успішно демонструє свої досягнення в різноманітних галузях. Спортсмени України регулярно одержують призові місця на міжнародних змаганнях, представляючи країну як сильну та непереможну націю. Наприклад, Еліна Світоліна (тенісистка), Ольга Харлан (фехтувальниця на шаблях), Дар'я Білодід (дзюдоїстка) і Жан Беленюк (борець греко-римського стилю) – визнані чемпіони у своїх видах спорту. У сфері музики й розважальної індустрії Україна також відзначилася, вигравши конкурс Євробачення двічі: у 2004 році (Руслана) та 2016 році (Джамала). Ці досягнення допомагають створювати позитивний образ України як країни, що вражає міжнародну спільноту своїми талантом й успіхами [23].

ІТ-галузь в Україні постійно нарощує свою динаміку, що відзначається сталим ростом ІТ ринку й збільшенням інвестицій у розвиток ІТ-компаній. Щорічно спостерігається збільшення інвестицій в цей сектор в півтора рази.

Серед провідних ІТ-компаній можна виділити такі, як Ciculum, яка спеціалізується на розробці програмного забезпечення; SoftServe, що пропонує послуги в сфері цифрових технологій та консалтингу; та EvoPlay, міжнародна компанія з області ігрових систем, ігрової математики, і платіжних рішень. Зазначено, що Україна має конкурентні переваги на цьому ринку порівняно з іншими країнами-конкурентами. Наразі в Україні функціонує більше 5000 ІТ компаній [7].

До речі, варто зазначити, що в умовах війни та різних труднощів, ІТ-індустрія, разом із усією країною, виявляє надзвичайну стійкість. Цей сектор залишається єдиною галуззю експорту України, яка повноцінно функціонує у період воєнного часу, утримує економічний фронт країни, активно підтримує армію та сприяє потужному волонтерському рухові [7].

Українські інженери й розробники всесвітньо відомі не лише у галузі комп'ютерних технологій, але й у сфері авіабудування. Українські авіалайнери, зокрема АН-178 і АН-77, викликали захоплення по всьому світу під час авіашоу «Євразія» (Туреччина). На заході також був представлений макет нового літака АН-188, який є спільним продуктом співпраці Туреччини й України. Цей проект свідчить про високий рівень кваліфікації та надійну репутацію українських авіаконструкторів у світовій спільноті [17].

Невимовну цікавість міжнародної спільноти викликала відома «Мрія» – АН-225, яка вражала своїми габаритами й величиною. Проект АН-225 став об'єктом захоплення, зокрема його високо відзначили в заголовку «Українські АНи рятують світ» на ТСН. Працівники Варшавського аеропорту висловили подяку компанії Антонов за доправлення медичного вантажу з Китаю, проведене саме літаком «Мрія». Його прибуття викликало справжній ажіотаж і привертало увагу десятків спостерігачів і журналістів, які слідкували та транслювали події в мережі. На жаль, через російське вторгнення цей літак був знищений, і Дмитро Антонов зазначив: «...з цього екземпляру можна буде взяти окремі частини для створення другого, відновити її не вдасться» [31].

Особливу увагу слід звернути на розвиток цифрових технологій в Україні, відомому як процес діджиталізації. У 2019 році був запущений застосунок «Дія» («Держава і я»), що наразі є основним порталом державних послуг. Цей бренд цифрової держави та мобільний додаток були розроблені Міністерством цифрової трансформації України. До застосунки включені паспорт, водійські посвідчення, COVID-сертифікати та інші документи. CNN повідомляє, що «Україна піднялася в рейтингу найвпливовіших паспортів у світі». Після початку повномасштабного вторгнення в лютому 2022 року багато країн адаптували свою політику в'їзду для власників українських паспортів, скасувавши або змінивши візові вимоги [20].

Починаючи з 24 лютого 2022 року, Україна переживає важкі часи через масштабну війну, розпочату Російською Федерацією. Спільнота міжнародних партнерів виражає підтримку країні. Президент України, Володимир Зеленський, 28 лютого 2022 року подав заявку на членство в Європейському союзі. Декілька країн, таких як Литва, Латвія, Естонія, Болгарія, Польща, Словенія, Словаччина й Чехія, закликали надати Україні статус кандидата на вступ до ЄС. Цей заклик супроводжується визнанням, що Україна заслуговує на перспективу вступу до Євросоюзу [11].

Навіть деокупація певних територій в період бурхливих воєнних дій не змогла залишитися непоміченою в міжнародних ЗМІ. До прикладу, втеча росіян з Херсону визнана «надзвичайною перемогою» України, як відзначив радник Білого дому з національної безпеки Джейк Салліван. Звільнення Херсону стало важливою подією як для України, так і для більшості країн-союзників. Радник відхилив чутки про тиск на Україну у справі переговорів і наголосив на продовженні російської агресії. Він також підтвердив, що США буде надавати військову допомогу Україні. Мелінда Сіммонс, посол Великої Британії, також привітала українців із деокупацією Правобережжя Херсонщини у своєму Twitter-акаунті. У своєму повідомленні вона висловила підтримку героям, які живуть і працюють у Києві, Харкові й Херсоні, і зауважила, що слідкувала за подіями в цих містах, не могла відволіктися на

інше протягом дня. «Ще одна найочікуваніша Перемога Збройних Сил України — звільнення Херсону! Сподіваюся, що свою відпустку влітку 2023-го проведу на Херсонщині. Увесь світ віддає гідну шану тим, хто мужньо боронить і звільняє рідну землю. Вічна пам'ять полеглим!», — зауважила Мелінда Сіммонс [18].

Як бачимо, образ України на міжнародній арені зазнав глобальних трансформацій. Проаналізувавши взаємодію України з міжнародним співтовариством у контексті модифікації образу країни варто відзначити ряд ключових подій, що дали потужний поштовх цим змінам. Починаючи з осудження анексії Криму та Сходу України в 2014 році, а згодом із початком повномасштабної агресії Росії проти України в лютому 2022 року, Україна стала об'єктом всеосяжної підтримки та нацією, яка відстоює свою незалежність. Стрімка реакція світових лідерів, включаючи висловлення підтримки й вжиття конкретних заходів, свідчить про новий рівень довіри до України на глобальній політичній арені. Незважаючи на тяжкі виклики, наша держава не лише зберегла свій культурний та національний імідж, але й активно змінює сприйняття світу через свої досягнення в різних сферах, таких як спорт, IT-індустрія, і авіабудування. Зовнішнє визнання та підтримка, зокрема з боку країн-партнерів та міжнародних організацій, свідчать про трансформацію образу України як сильної, визначної нації, готової до співпраці та викликів у сучасному світі.

2.3. Аналіз репрезентації образу України у міжнародній спільноті на матеріалі наративів англomовних ЗМІ у соціальних мережах

Сучасний етап нашого існування ознаменований миттєвістю новин і взаємодією зі світом не лише через телевізійні трансляції, а й через екрани мобільних телефонів. Глобальні медіа забезпечують можливість спостерігати за подіями з будь-якого куточка світу й стають свідками історичних моментів. Розвиток міжнародних медіасистем пройшов через економічні, геополітичні та соціальні зміни на межі 1980-х, а також через модифікацію світового інформаційного ринку впродовж 1990-х. Після холодної війни й розпаду

Радянського Союзу, геополітичний ландшафт на ряду з глобалізацією й транснаціоналізацією економіки, а також зростанням доступності та розвитку комунікаційних технологій сприяли формуванню глобальної інформаційної системи. В цьому контексті ключову роль відіграють глобальні канали новин у мережі Інтернет, що формують образ різних держав на міжнародній арені.

Серед найвпливовіших медіа-каналів можна велика п'ятірка, до якої входять Time Warner, Disney Company, Sony, Bertelsmann і News Corporation. Крім того, CNN International і BBC World вважаються найбільшими міжнародними мережами новин. Також значущими учасниками на медіа-арені є Associated Press, Euronews, The Guardian, The New York Times і The Financial Times. Ці компанії відіграють важливу роль не лише в культурній сфері, але й у політичному та міжнародному вимірі.

Саме соціальні мережі завдяки своєму широкому, «вірусному» поширенню, легкій доступності на усіх мобільних пристроях, візуальності (фото, відео та інші візуальні елементи), а також можливості взаємодії (реакції, уподобайки) й обговорення (коментарі) вважаються найефективнішим інструментом поширення інформації серед суспільства. Тому багато засобів масової інформації адаптувалися до нових умов сучасного глобалізованого суспільства й перейшли до взаємодії з аудиторією в соціальних мережах, аби встановити ще більший емоційний зв'язок, а отже посилити свій вплив на читачів.

На другому році повномасштабної війни результати дослідження медіаспоживання громадян України, проаналізовані за ініціативою Громадянської мережі «Опора», свідчать, що найбільш популярною серед української аудиторії є соціальна мережа Telegram. Телеграм-канали обирають 71,3% опитаних громадян, що становить значну частку серед інших соціальних мереж. Рівень довіри до цих каналів є порівнянним із довірою до телебачення. Такий високий рівень довіри до даних джерел інформації можна порівняти лише з довірою до телебачення [34].

Тож доцільно розглядати глобальні новинні канали саме через соціальну мережу Telegram. У ході дослідження було використано матеріали з публікацій каналів BBC News та The New York Times, оскільки вони входять до п'ятірки провідних каналів новин станом на 2023 рік [54].

Детальніше розглянемо кожний із них. Газета The New York Times стала всесвітньо брандом, що підвищує продажі книг та інших товарів завдяки лейблу «Рекомендує The New York Times». За свої 171 рік існування видання здобуло неперевершену репутацію, що призвело до практично бездоганної довіри суспільства до нього, і його рекомендації вважаються дуже цінними. Наразі The New York Times є також авторитетним американським новинним порталом [53]. Щодо BBC News слід відзначити, що ця британська медіакомпанія має приблизно 438 мільйонів щомісячних відвідувачів, що робить її найбільшою новинною платформою у всьому світі.

Далі проаналізуємо, як змінювався наратив стосовно представлення України з 2014 по 2023 роки на обраних медіаплатформах. Вибір цих медіа обумовлени їх високою популярністю та широкою аудиторією за рейтингами.

Починаючи з 2014 року, розвиток ситуації пов'язаний з воєнним конфліктом між Росією та Україною суттєво вплинув на безпекову обстановку в Східній Європі та сформував новий контекст для регіональної політики на пострадянському просторі. Ці події призвели до настання більш глибоких змін у геополітичних та гео економічних відносинах, які мають свої відбитки на світовому рівні.

BBC News характеризує події 2014 року між Україною та Росією як найнебезпечніший конфлікт в Європі з часів воєн у колишній Югославії: «*Here is a timeline of events in the most dangerous conflict to grip Europe since the wars in the former Yugoslavia*» [56].

Новинні репортажі від 15 березня 2014 року створюють образ українського містечка як містечка в Криму з населенням у 7 тисяч жителів, де, здається, котів більше, ніж людей: «*Novo-Ozyorne is a small town of 7,000 in*

Crimea, where cats seem to outnumber people. The people are friendly, but these are painful times to be a Crimean, as the BBC's Patrick Jackson found out» [42].

У статті «*Polling day lunch with a Crimea family»* кореспондент BBC News, Патрік Джексон, описує свій гостьовий обід у однієї сім'ї з Криму, яка складається з чотирьох осіб. Відзначено, що троє членів родини проголосували за приєднання Криму до Росії, тоді як один родич, який не приєднався до обіду, висловив підтримку автономії: «*They comprise of Ivan, 85, his daughter Sveta, and his niece Irina. All three voted in favour of Crimea joining Russia. A fourth relation who voted for autonomy did not arrive for the meal» [49].* Тим самим у читачів складається образ внутрішньої незгоди, розколу в українському суспільстві в питанні громадянської позиції.

Тим часом, The New York Times у своїй публікації «*From Crimea, Putin Trumpets Mother Russia»* (Путін сурмить матінці Росії з Криму) 2014 року зазначає: «*The Russian president traveled to Sevastopol, where he used the anniversary of victory over the Nazis to assert that Moscow had the right to annex the peninsula»*, де сказано що «Російський президент навідався до Севастополя, використавши річницю перемоги над нацистами, щоб заявити, що Москва має право анексувати півострів» [44]. 8 травня 2014 року під заголовком «*Driving Ukrainians Into Putin's Arms»* з'являється стаття про те, що «Київ і його союзники виштовхують громадян Сходу»: «*Kiev and its allies are alienating the citizens of the east» [43].* Даний вираз знову ж таки акцентує увагу глобальної спільноти на начебто суперечках між громадянами різних регіонів України, що згодом формує на міжнародній арені образ держави, яка перебуває на межі громадянської війни.

Як бачимо, у 2014 році новини про Україну в основному мають негативне забарвлення через революційні події в Києві, зіткнення силових структур із протестувальниками (Революція Гідності), розкол в українському суспільстві, зокрема, це корелюється з ситуацією в Автономній Республіці Крим, у Донецькій і Луганській областях), реакцію тодішньої влади, слабкість опозиції й економічну та політичну кризу. Також спостерігаємо значну

кількість репортажів, які супроводжуються фото й відео матеріалами, що свідчить про інтенсивну кореспондентську активність на місцях важливих подій.

У 2022 році Україна стала основною темою в BBC News через повномасштабне вторгнення Росії на територію нашої держави, що призвело до найбільш катастрофічного й складного періоду з політично-економічного погляду. Розглянемо, як найавторитетніша новинна платформа Великої Британії висвітлює події в Україні на даному етапі, та чи змінився образ української держави як жертви репресій Росії.

Порівняно з 2014 роком, виявлено, що навіть із наявністю в ЗМІ великої кількості новинних статей із негативною конотацією, що висвітлюють страждання українського народу, у 2022 році спостерігається тенденція до поліпшення сприйняття образу України в світовій спільноті. Яскравим прикладом може слугувати заголовок статті «*Resisting Russia: Ukraine's Shadow Army*» – Опір Росії: тіньова армія України, – опублікований 29 липня 2022 року [51].

Також про неймовірну силу духу та патріотизм розповідає стаття «*The Ukrainian amputees who want to fight again*» (Українські воїни з ампутованими кінцівками, які воліють повернутися на фронт) [51]. Публікація присвячена українському солдату, який втратив ногу в ході виконання бойових завдань і висловив своє бажання якомога швидше повернутися на передову.

Звичайно, усі ці «відважні» заголовки затьмарені багатьма новинами про незліченні смерті серед військових і цивільного населення, руйнування та обстріли з боку Росії, подекуди простежуються заголовки на кшталт публікації у The New York Times під назвою «*Nazi Symbols on Ukraine's Front Lines Highlight Thorny Issues of History*» (Нацистська символіка на передовій України висвітлює гострі питання історії), яка викликає дуже багато питань і частково підкріплює дезінформаційну політику російської пропаганди [48]. Проте, варто зауважити, що такі випадки трапляються дуже рідко. Канал The New York Times сьогодні продовжує активно висвітлювати події в Україні,

підкреслюючи нагальність підтримки з боку міжнародної спільноти, а саме потребу в наданні додаткової зброї для захисту України. Про це свідчать лічені заголовки: «*More MIG fighters will help Ukraine, but what Kyiv really wants are F-16s*» (Більше винищувачів МІГ допоможе Україні, але насправді Києву потрібні F-16); «*What Is the F-16 Fighter Jet and Why Does Ukraine Want It?*» (Що таке винищувач F-16 і навіщо він Україні?) та інші [52].

Навіть при позитивних змінах в напрямку піднесення бразу України на міжнародному рівні, ми все ще стикаємося з істотною кількістю новин, що відображають реальність життя українського населення в умовах війни. У статті BBC News «*Ukraine: A Year on the Front Lines*» (Україна: рік на передовій) розповідається про нестерпні труднощі та виклики, із якими кожного дня стикаються українці [57]. Красномовна публікація The New York Times під назвою «*'Am Dreaming It Will Stop': A Deadlocked War Tests Ukrainian Morale*» («Мрію, що це скінчиться»: війна, що зайшла в глухий кут, випробовує моральний дух українців) демонструє песимізм щодо перспектив швидкої перемоги й занепад духу українського народу через довгу, виснажливу війну [57].

Навіть одна з найважливіших подій 2022 року для України – визволення міста Херсону від російських загарбників – була висвітлена на платформі The New York Times під заголовком «*Ukrainian Forces Enter Kherson, a Strategic Prize, in a Blow to Putin*» (Українські війська зайшли в Херсон: стратегічний приз і ляпас Путіну), де зазначається: «*Jubilant crowds poured into the streets, greeting Ukrainian soldiers and waving flags*» (Радісний натовп заповнив вулиці, вітали українських воїнів і розмахували прапорами) [59]. Така реакція українського населення щодо деокупації Правобережжя Херсонщини лише підсилила позиціонування України як незалежної держави об'єднаної, сильної нації.

Проте, знову ж таки, надалі події в Херсоні зображувалися лише в контексті гуманітарної катастрофи, як у статті «*Amid Joy in Kherson, a Humanitarian Disaster Looms*» (Поміж радості в Херсоні назріває гуманітарна

катастрофа), де описується складний стан херсонців в умовах відсутності світла, води й тепла [41].

Поштовхом до позитивних зрушень у сприйнятті образу України в контексті співпраці з BBC News є створення спеціального розділу під назвою Ukrainecast, що вказує на успішну реалізацію брендової кампанії України.

У підсумку слід зазначити, що образ України в 2022 році характеризується підвищеним інтересом кореспондентів глобальних новинних каналів до подій в Україні, що пов'язано з активною культурною й політичною позицією сучасного українського суспільства.

Порівняно з 2014 роком, у 2022 році помітне збільшення новинних матеріалів, які спрямовані на піднесення позитивного образу України, зокрема створюється образ сильної нації, що здатна протистояти ворогу й захистити свою землю.

Незважаючи на позитивні аспекти модифікації образу, Україна залишається у ролі країни-жертви, оскільки основний акцент інформації зміщується на фото- й відео- матеріали цивільних жертв і руйнувань цивільної інфраструктури.

На основі проведеного дослідження вважаємо, що для піднесення інформаційного образу України на вищій щабель, доцільно вжити наступних заходів:

1. Забезпечення активної та ефективної комунікації з іноземними ЗМІ та громадськістю. Для цього також важливо вдосконалити політики протидії дезінформації.
2. Забезпечити максимальну прозорість фактів, пов'язаних із військовими подіями.
3. Акцентувати увагу на гуманітарних ініціативах та допомозі для постраждалих від війни, щоб показати сильну гуманітарну сторону України.
4. Запускати інформаційні кампанії, спрямовані на світову спільноту, щоб донести ключові ідеї та позитивні аспекти суспільства. Також

важливо, аби всі громадяни долучалися до популяризації українських питань у соціальних мережах (ставили вподобайки, ділилися публікаціями на своїх сторінках тощо): це допоможе утримувати увагу міжнародної спільноти до подій в Україні.

Дані заходи можуть допомогти створити більш позитивний образ України навіть в умовах війни й гуманітарної катастрофи в деяких регіонах країни, акцентуючи увагу на силі, мужності й незламності української незалежної нації.

ВИСНОВКИ

Сучасний образ країни визначається його багатозаровістю, динамікою та відкритістю для різноманітних тлумачень. Він є складною міжкультурною конструкцією, яка об'єднує в собі традиції, інновації, економічний статус, політичні погляди і культурну спадщину. Цей унікальний комплекс визначає місце й роль країни в глобальному співтоваристві. Образ країни виконує важливу роль у формуванні не лише національної ідентичності, але й у сприянні міжнародній взаємодії. Поняття «образ держави» включає ознаки суб'єкта, які сформовані в історичному контексті та ґрунтуються на стереотипах, архетипах і міфах, що робить їх стійкими та сталими. Образ країни розглядається як особливий тип уявлень та переживань, що складається через досвід і міркування щодо конкретної нації або країни. Цей образ формується різними джерелами інформації, включаючи засоби масової інформації, політичні події, розважальний контент і чутки.

Основними чинниками формування образу країни в класичному вимірі виступають умовно-статичні (природні ресурси, національна і культурна спадщина, стійкі геополітичні складові), умовно-динамічні соціологічні (характер функціонування суспільно-політичних груп; соціально-психологічний стан суспільства тощо) та умовно-динамічні інституційні чинники (рівень доходу на душу населення, стабільність економіки держави та ін.). Віртуальний вимір образу країни формується через інформаційні потоки, засоби масової інформації, соціальні мережі та електронні платформи за допомогою візуального контенту, віртуальних подій, обговорення в чатах тощо.

Зміни в інформаційному просторі, як за якісними, так і за кількісними параметрами, призвели до значущих трансформацій у сучасному інформаційному ландшафті, які впливають на формування образів. Під час докладного аналізу було виявлено низку аспектів масової комунікації, таких як втрата чіткості суверенітету держав у медіапросторі, виклики правозастосування в інтернеті, поширення явища «постправди»,

розповсюдження недостовірної інформації, втрата довіри до традиційних засобів інформації та інші.

Також під час аналізу соціальних медіа в рамках інформаційних війн виявлено ряд психологічних явищ, що впливають на користувачів. Модель «спіралі мовчання» і концепція «стадного інстинкту» вказують на важливість висловлювання власних поглядів і вплив загальної думки на окремого індивіда. «Лідери думок» підтримують і підсилюють авторитетність інформації, а тенденція безсумнівно сприймати опубліковані в мережі дані може сприяти поширенню недостовірних фактів.

При дослідженні образу України на міжнародній арені в контексті англomовних каналів новин BBC News і The New York Times було помічено, що у 2022 році Україна привертає підвищений інтерес глобальних новинних каналів через активну культурну та політичну позицію сучасного українського суспільства. У порівнянні з 2014 роком, спостерігається зростання позитивних репортажів, які висвітлюють сильний образ нації, готової протистояти ворогові та захищати свою країну. Незважаючи на ці позитивні зрушення, Україна залишається сприйнятою як країна-жертва, оскільки основний акцент інформації зберігається на зображенні цивільних жертв та руйнувань цивільної інфраструктури. На основі результатів дослідження було побудовано порівняльну таблицю, яка наочно демонструє динаміку змін репрезентації образу України на міжнародній арені на основі досліджених текстів англomовних джерел (див. Додаток В).

Аби піднести образ України на новий рівень і наблизити її до ще активнішої співпраці з міжнародною спільнотою, необхідно зосередитися на політиці протидії поширенню дезінформації в мережі, акцентувати увагу інших країн на подіях, що відбуваються в Україні, а також на потребі нашої держави залучати міжнародні інвестиції й зброю для припинення військового конфлікту. Також важливо запускати інформаційні кампанії із залученням взаємодії українського суспільства в соціальних мережах з метою

популяризації української культурної спадщини та ідеї про сильну й незалежну Україну.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Біловус Л. Український інформаційний простір: сьогодення та перспективи. *Науковий журнал Інституту журналістики і міжнародних відносин КНУКІМ* / Гол. ред. М.С. Тимошик. Число 1. У 2-х ч. Ч. 1. К. : КНУКІМ, 2013. С. 188–191. URL: <http://dspace.tneu.edu.ua/handle/316497/8741> (дата звернення: 02.11.2023).
2. Вербицька Г. Міжнародний імідж України: проблеми та шляхи реформування : зб. наук. праць. *Науковий журнал Український інформаційний простір*. Київ, 2013. С. 4–9.
3. Данилов В. Особливості формування політичного іміджу держави. *Політичний менеджмент*. № 2. 2009. С. 67–72.
4. Даулінг Грем. Репутація фірми: створення, управління й оцінка ефективності / пер. з англ. Д. Бульковича. Львів : Консалтингова група «ІМІДЖ-контакт», 2013. 368 с.
5. Дідух І. А. Основні смислові конструкти образу держави у політичній картині світу студентської молоді. *Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки*. Інститут соціальної та політичної психології НАПН України. Київ, 2014. №2(23). С. 61–67.
6. Допомагай просто з дивану: дієві способи створити імідж України за кордоном. Вікна : веб-сайт. URL: <https://vikna.tv/dlia-tebe/vijna-v-ukrayini/yak-prosuvaty-imidzh-ukrayiny-za-kordonom-diyevi-sposoby/> (дата звернення: 05.11.2023).
7. Дослідження Do IT Like Ukraine: національна IT-індустрія зростає попри все. Lviv IT Cluster : веб-сайт. URL: <https://itcluster.lviv.ua/like-ukraine-research-tech-industry-growing-despite-war/> (дата звернення: 05.11.2023).
8. Дубас О. Інформаційний розвиток сучасної України у світовому контексті : монографія. Київ : Генеза, 2004. 208 с.
9. Дубняк К. Інформаційний простір: структура та функціональні параметри. Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. 2015. №

4. С. 21–25. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/drsk_2015_4_7 (дата звернення: 02.11.2023).
10. Дубов Д. та ін. Активні заходи СРСР проти США: пролог до гібридної війни. Київ: НІСД, 2017. URL: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2017-07/aktivni_zahodu-52c32.pdf (дата звернення: 03.11.2023).
11. Заявка України на вступ до ЄС: деталі та прогнози. *Європейська Рада*. URL: <https://www.euointegration.com.ua/news/2022/03/2/7135049/> (дата звернення: 05.11.2023).
12. Ірха К.О. Політичний складник феномену «лідер громадської думки»: теоретичний аспект : зб. наук. праць. Розділ 1. Теорія та історія політичної науки. Сєверодонецьк, 2021. Вип. 2. С. 8–9.
13. Карпенко В. Інформаційна політика та безпека : підр. Київ : Нора-Друк, 2006. 320 с.
14. Ковалевич Б. Соціальні мережі як новий інструмент ведення інформаційних війн у сучасному світі : зб. наук. праць. *Науково-теоретичний альманах Грані. Серія: Соціологія*. Київ, 2014. Т. 17, № 4 (108), С. 118–121.
15. Королько В. Г. Паблік рилейшнз. Наукові основи, методика, практика : підр. 2-ге вид., допов. К., 2001. 300 с.
16. Магда Є. Міжнародний імідж України в контексті гібридної війни : зб. наук. праць. *Вісник Дніпропетровського університету*. 2015. № 4. С. 232–240.
17. Масний В. Від «кукурудзника» до «Мрії». Головні літаки конструкторського бюро «Антонов». *Суспільне новини*. URL: <https://suspilne.media/135264-vid-kukurudznika-do-mrii-golovni-litaki-kb-antonov/> (дата звернення: 05.11.2023).
18. «Надзвичайна перемога». У Білому домі відреагували на звільнення Херсона. *Експрес* : веб-сайт. URL: <https://expres.online/podrobitsi/nadzvichayna-peremoga-u-bilomu-domi-vidreaguvali-na-zviltennya-khersona> (дата звернення: 05.11.2023).

- 19.Оборотов Ю. М. Поняття «образ держави» та його різновиди в умовах глобалізації : зб. наук. пр. *Актуальні проблеми держави і права*. Нац. ун-т «Одеська юридична академія». Одеса, 2003. Вип. 21. С. 7–12. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apdp_2003_21_2 (дата звернення: 10.11.2023)
- 20.Осадча Я. Український закордонний паспорт посів 30 місце у світовому рейтингу. *Українська правда*. URL: <https://life.pravda.com.ua/society/2023/07/19/255463/> (дата звернення: 05.11.2023).
- 21.Осмоловська А. О. Чинники формування образу країни на міжнародній арені. *Політичне життя*. ДНУ ім. Василя Стуса, 2018. Вип. № 2. С. 80–85.
- 22.Павленко В. Чому навколо коронавірусу так багато теорій змов. Інформаційна агенція «Детектор Медіа». URL: <https://ms.detector.media/trendi/post/25954/2020-11-12-chomu-navkolokoronavir-usu-tak-bagato-teoriy-zmov/> (дата звернення: 03.11.2023).
- 23.Петрович І. 20 видатних українських спортсменів. ELLE : міжнар. жін. журнал. URL: https://elle.ua/stil-zhizni/blog_stil_zhizni/20-vidatnih-ukranskih-sportsmenv/ (дата звернення: 05.11.2023).
- 24.Підтримка України під час війни. Word Bank : веб-сайт. URL: <https://www.worldbank.org/uk/country/ukraine/brief/peace> (дата звернення: 05.11.2023).
- 25.Попова Л. І. Тенденції формування образу країни в сучасному країнознавстві. *Мова і культура*. 2011. Вип. 14, т. 7. С. 112–116.
- 26.Революція Гідності. Згадаймо головне. Укрінформ : веб-сайт. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-politics/2122489-revolucia-gidnosti-zgadajmo-golovne.html> (дата звернення: 05.11.2023).

27. Репутація України у світі. Необхідно покращувати імідж держави. Радіо Свобода : веб-сайт. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/29107381.html> (дата звернення: 04.11.2023).
28. Семенов А. Захист національного інформаційного простору Великої Британії. Матеріали міжнародної конференції «Політична прaxeологія: безпека, технології, комунікації» / за ред. В. Бебика. Київ : ВАПН, 2016. 117 с.
29. Складяревська Г. Аналітичне дослідження каналу «Детектор Медіа». 2019. URL: <http://surl.li/dvbyg> (дата звернення: 03.11.2023).
30. Слободянюк А., Сіденко Ю. Громадська думка як соціальний інструмент політичного режиму : матеріали XLVI Науково-технічної конференції Інституту соціально-гуманітарних наук, 15-17 березня 2017 р. Вінниця. ВНТУ, 2017. URL: <https://ir.lib.vntu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/17749/2334.pdf?sequence=3> (дата звернення: 04.11.2023).
31. Стасюк А. Зруйнована "Мрія". Чи вигідно Україні відбудувувати знищений літак. *Суспільне новини*. URL: <https://suspilne.media/234453-zrujnovana-mria-ci-vigidno-ukraini-vidbudovuvati-znisenij-litak/> (дата звернення: 05.11.2023).
32. Теорія громадської думки Вольтера Ліппмана. *Prezi* : веб-сайт. URL: <https://prezi.com/nw4wz4xskmzj/presentation/> (Last accessed: 13.10.2023)
33. ТОП соціальних мереж. Wizeclub : веб-сайт. URL: <https://wizeclub.education/blog/top-sotsialnih-merezh/> (дата звернення: 04.11.2023).
34. Чорна О. «Опора»: Основним джерелом інформації майже 80% українців є соціальні мережі. *Детектор медіа* : веб-сайт. URL: <https://detector.media/infospace/article/213998/2023-07-10-opora-osnovnym-dzherelom-informatsii-mayzhe-80-ukraintsiv-ie-sotsialni-merezhi/> (дата звернення: 14.10.2023)

35. Штельмашенко А. Спіраль мовчання як фактор впливу на громадську думку : зб. наук. праць. *Вчені записки ТНУ ім. В. І. Вернадського. Серія: Державне управління*. Київ, 2018. Т. 29 (68), № 3. С. 119–122.
36. Щурко О. М. Архетип, стереотип і міф в міжнародному образі держави : зб. наук. праць. *«Гілея: науковий вісник»*. 2016. №115. С. 411–414.
37. Щурко О. М. Функціональні аспекти образу держави на сучасному етапі. *Society, Politics, Administration in Central Europe* : електронний наук.-практ. журнал. НУ «ОЮА». Одеса, 2017. Вип. 4. С. 22–26.
38. Щурко О. Чинники формування міжнародного образу держави: принципи класифікації. Політична наука в Україні: стан і перспективи : матеріали Всеукр. наук. конф. (Львів, 10–11 травня 2007 року). ЦПД, 2008. 308 с. URL: <http://postua.info/shchurko.htm> (дата звернення: 21.10.2023).
39. Юнг К. Г. Архетипи і колективне несвідоме. Пер. з нім. Катерини Котюк. 2-ге опрац. вид. Львів : Вид-во «Астролябія», 2018. 608 с.
40. Am Dreaming It Will Stop’: A Deadlocked War Tests Ukrainian Morale. *The New York Times*. URL: <https://www.nytimes.com/2023/11/05/world/europe/ukraine-war-morale.html?searchResultPosition=6> (Last accessed: 06.11.2023).
41. Amid Joy in Kherson, a Humanitarian Disaster Looms. *The New York Times*. URL: <https://www.nytimes.com/2022/11/12/world/europe/kherson-ukraine-russia.html?searchResultPosition=5> (Last accessed: 06.11.2023).
42. Crimea: Fear and unease in Novo-Ozyorne. *BBC News*. URL: <https://www.bbc.com/news/world-europe-26577628> (Last accessed: 06.11.2023).
43. Driving Ukrainians Into Putin’s Arms. *The New York Times*. URL: <https://www.nytimes.com/2014/12/09/opinion/driving-ukrainians-into-putins-arms.html?searchResultPosition=10> (Last accessed: 06.11.2023).

44. From Crimea, Putin Trumpets Mother Russia. *The New York Times*. URL: <https://www.nytimes.com/2014/05/10/world/europe/russia-celebrates-victory-day.html?searchResultPosition=3> (Last accessed: 06.11.2023).
45. Ingenhoff, D., Segev, E., & Chariatte, J. The construction of Country Images and Stereotypes: From Public Views to Google Searches. *International Journal of Communication*. 2020. Vol. 14. P. 92–113. URL: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/10799/2899/> (last accessed: 21.10.2023)
46. Jenes, B., Malota, E. Measuring Country Image – Theory and Practice. 2013. P. 3–4. URL: http://archives.marketing-trends-congress.com/2009/Materiali/Paper/Fr/Jenes_Malota.pdf (last accessed: 21.10.2023)
47. McLuhan M., Fiore Q. The medium is the message, an inventory of effects. NY : Wired Books, 1996. P. 4–10.
48. Nazi Symbols on Ukraine’s Front Lines Highlight Thorny Issues of History. *The New York Times*. URL: <https://www.nytimes.com/2023/06/05/world/europe/nazi-symbols-ukraine.html?searchResultPosition=44> (Last accessed: 06.11.2023).
49. Polling day lunch with a Crimea family. *BBC News*. URL: <https://www.bbc.com/news/av/world-europe-26607312> (Last accessed: 06.11.2023).
50. Post-truth. *Oxford Learner’s Dictionaries*. URL: <https://cutt.ly/C1YTodq> (дата звернення: 03.11.2023).
51. Resisting Russia: Ukraine’s Shadow Army. *BBC News*. URL: <http://surl.li/dvqrv> (Last accessed: 06.11.2023).
52. The New York Times : website. URL: <https://www.nytimes.com/search?query=Ukraine+fighters> (Last accessed: 06.11.2023).

53. The New York Times: історія однієї з найупливовіших газет у світі. *Bazilik Media* : веб-сайт. URL: <https://bazilik.media/the-new-york-times-istoriia-odniiei-z-najuplyvovishykh-hazet-u-sviti/> (дата звернення: 06.11.2023).
54. Top 50 biggest news websites in the world: September slump for ten biggest names. *Press Gazette* : website. URL: <https://marketer.ua/ua/top-45-popular-news-sites-in-the-world/> (Last accessed: 06.11.2023).
55. U.S. News Best Countries : веб-сайт. URL: <https://www.usnews.com/news/best-countries/rankings> (дата звернення: 05.11.2023).
56. Ukraine crisis: Timeline. *BBC News*. URL: <https://www.bbc.com/news/world-middle-east-26248275> (Last accessed: 06.11.2023).
57. Ukraine: A Year on the Front Lines. *BBC News*. URL: <https://www.bbc.co.uk/programmes/m001jr87> (Last accessed: 06.11.2023).
58. UkraineCast: The Ukrainian amputees who want to fight again. *BBC News*. URL: <https://www.bbc.co.uk/programmes/p0f0yqc3> (Last accessed: 06.11.2023).
59. Ukrainian Forces Enter Kherson, a Strategic Prize, in a Blow to Putin. *The New York Times*. URL: <https://www.nytimes.com/2022/11/11/world/europe/kherson-ukraine-russia.html?searchResultPosition=9> (Last accessed: 06.11.2023).
60. Voulding, K. E. *The Image: Knowledge in Life and Society*. Michigan: Ann Arbor Paperbacks, 1956. 175 с.

ДОДАТКИ

Додаток А. Пояснення концепції Елізабет Ноель-Нойманн «спіраль мовчання»

Рис. 1.



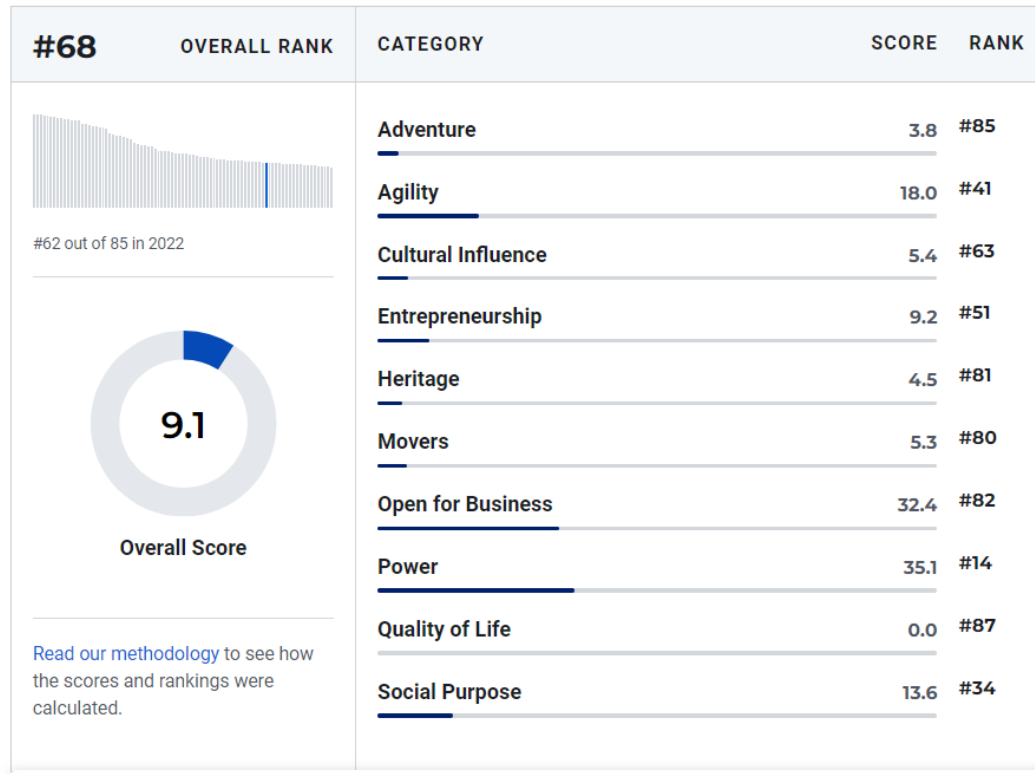
Елізабет Ноель-Нойманн Спіраль мовчання

Джерело [35]

Додаток Б. Місце України в рейтингу «Найкращі країни» за версією платформи U.S. News Best Countries. Основні критерії оцінювання.

Рис. 2.

Ukraine Rankings



Джерело [55]

Додаток В. Таблиця «Динаміка змін репрезентації образу України на міжнародній арені періоду 2013-2023 рр. на матеріалі англомовних наративів у соціальних мережах»

Чинники формування образу України	Роки			
	до 2014 року	з 12 квітня 2014 року	з 24 лютого 2022 року	2023 рік
Політичне життя	корупція; внутрішньополітичні протистояння; Революція Гідності 2013 року – прагнення суспільства до демократії.	громадські протести; повалення авторитарного режиму; збройний конфлікт на сході України; анексія Росією АР Крим.	підвищений інтерес і міжнародна повага до політичних лідерів; активний спротив українського суспільства проти російських загарбників; довіра до влади.	прагнення вдосконалити політичну систему шляхом запровадження реформ; зусилля в напрямку подолання корупції.
Економічне зростання та інновації	суттєвий економічний потенціал завдяки природним ресурсам; залежність від енергетичних ресурсів Росії.	недостатня ефективність економічних реформ (через військовий конфлікт на сході України); розвиток цифрової політики.	кризова економічна ситуація (найнижчі показники ВВП, інфляція); пошкодження виробничої інфраструктури.	підтримка наукових досліджень та інновацій; укладення нових торговельних; відбудова енергетичної інфраструктури.
Соціальна сфера	невисокий рівень життя населення; низьке соціальне забезпечення.	зображення жертв військового конфлікту й руйнування цивільної інфраструктури; розмежування українського народу щодо громадянської позиції в країні;	складна гуманітарна ситуація; жертви серед військових і цивільного населення; руйнування державної, цивільної й енергетичної	кліше країни-жертви (висвітлення страждань українського народу); захист прав людини та підтримка громадянських свобод;

			інфраструктури; визнання стійкості й мужності українського народу (повага до військових, медиків, волонтерів);	впровадження соціальних ініціатив для стабілізації якості життя населення.
Зовнішня політика та міжнародні відносини	участь України в міжнародних організаціях; відкладання підписання Угоди про асоціацію з ЄС; Росія – один із ключових партнерів геополітичних відносин.	європейська спрямованість; засудження міжнародною спільнотою дій країни-агресора;	активна співпраця з міжнародними організаціями (ООН, ОБСЄ, ЄС, Рада Європи та ін.); міжнародна допомога у наданні військової підтримки.	спільні міжнародні ініціативи; зміщення фокусу від російсько-української війни (особливо після загострення ізраїльсько-палестинського конфлікту).
Культура	Україна – один із лідерів спортивних змагань і пісенних конкурсів; Багата культурна спадщина; ототожнення української та російської культур.	активна участь у спортивних змаганнях, пісенних конкурсах,	проактивна культурна політика українського суспільства (популяризація української культури, акцент на мовній ідентичності); призові місця у спортивних змаганнях і мистецьких конкурсах).	популяризація української культури закордоном шляхом проведення заходів, присвячених подіям в Україні (культурні зібрання, мистецькі виставки);
Туризм і культурний обмін	значний потенціал для розвитку туризму завдяки унікальному	зменшення туристичної привабливості України через воєнні дії на Сході.	занепад туристичної сфери через повномасштабне вторгнення.	активне сприяння міжнародним обмінам (студенти, викладачі,

	географічному положенню.			дослідники); спільні ініціативи з міжнародною спільнотою.
Інформаційна інфраструктура (медіа та комунікації)	низький рівень інформаційної політики держави (залежність ЗМІ від діяльності уряду).	активна пряма діяльність міжнародних кореспондентів на території України (зокрема на сході й у Криму); акцент на свободі слова.	активна співпраця з міжнародними ЗМІ.	зростання ролі соціальних медіа в інформаційній боротьбі й активна політика протидії дезінформації.