

навчанні української мови відкривають перспективи для створення інклюзивного та доступного освітнього простору, де кожен учень може навчатися у комфортному для себе темпі, отримуючи максимум знань у цікавій та інноваційній формі.

#### **Список використаних джерел:**

1. Використання віртуальної та доповненої реальності в українській освіті. *Zenodo* : веб-сайт. URL : <https://zenodo.org/records/8251886> (дата звернення 28.11.2024)
2. Вишне夫ська Г., Стебельська Л. Використання доповненої реальності в навчальних і довідкових виданнях. *Eurasian scientific discussions. Proceedings of the 10th International scientific and practical conference*. Barca Academy Publishing. Barcelona, Spain. 2022. Pp. 310–319. URL: <https://sci-conf.com.ua/x-mizhnarodna-naukovo-praktichna-konferentsiya-eurasian-scientific-discussions-23-25-10-2022-barselona-ispaniya-arhiv/> (дата звернення: 17.03.25).
3. Віртуальна та доповнена реальність: як нові технології надихають вчитися. *Освіторія* : веб-сайт. URL : <https://osvitoria.media/opinions/virtualna-ta-dopovnena-realnist-yakoyu-mozhe-buty-suchasna-osvita/> (дата звернення 28.11.2024)
4. Доповнена та віртуальна реальність на уроках філологічного спрямування. URL : <https://buki.com.ua/blogs/dopovnena-ta-virtualna-realnist-na-urokakh-filolohichnoho-spryamuvannya/> (дата звернення 28.11.2024)

**Єгор Хомяков,**

Державний податковий університет;

Науковий керівник: кандидат філологічних наук, доцент

Науменко Ліана Миколаївна

### **РОЛЬ ЗАХІДНИХ МЕДІА У СТВОРЕННІ ІМІДЖУ УКРАЇНИ ПІД ЧАС РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ**

У сучасному світі, де інформація є стратегічним ресурсом, глобальні медіа відіграють визначальну роль у формуванні міжнародного іміджу держав. У контексті російсько-української війни ця роль набуває особливої ваги. У цій роботі розглянуто порівняльний аналіз ролі західних медіа у формуванні іміджу України у 2014 та 2023 роках. Дослідження базується на контент-аналізі публікацій таких видань, як BBC, CNN, Deutsche Welle, The Guardian та The New York Times, які мають значний вплив на міжнародну аудиторію. Питання іміджу України вже було предметом наукового аналізу в дослідженнях різних вітчизняних та зарубіжних науковців. Зокрема, Олена Білан, дослідниця з Київського національного університету імені Тараса Шевченка, у своїй роботі «Імідж України в західних ЗМІ: дискурс аналіз» наголошує, що після 2014 року спостерігається поступове

переосмислення України як незалежного геополітичного гравця. Подібні висновки робить і польський політолог Яцек Кучинський, який у своїх публікаціях звертає увагу на формування позитивного іміджу України в Європі завдяки її спротиву зовнішній агресії та активній комунікаційній політиці. Ці дослідження підкреслюють, що формування національного іміджу є не лише медійною, а й стратегічною задачею держави.

У 2014 році, після анексії Криму, міжнародні ЗМІ загалом висвітлювали події стримано, часто обмежуючись фактичним репортажем. Беручи до уваги аналіз матеріалів за лютий 2014 року, можна сформулювати такий образ України: застосовуючи силові заходи, державне керівництво протистоїть протестним рухам. Натомість, протестувальники, зображуються як захисники громадської свободи, що борються проти проросійських сил в українській владі. Це викликає в міжнародній аудиторії асоціації України з державою, яка має внутрішні проблеми, де відсутній повний контроль над політичною ситуацією, а проросійські політики керують державними інститутами. У низці випадків простежувалася риторика, що нейтралізувала агресію РФ, зокрема за рахунок вживання термінів на кшталт «криза» чи «конфлікт», без чіткого позначення агресора [1]. Це впливало на розмите сприйняття ситуації у західній аудиторії.

Натомість у 2023 році тональність повідомлень суттєво змінилася. Можна виділити активізацію культурної, політичної та дипломатичної діяльності українського керівництва. Відбулося збільшення кількості позитивних матеріалів, які акцентують увагу на мужності українців, їхньому прагненні до перемоги та стійкості перед викликами війни. Видання почали активно підкреслювати позитивні аспекти, такі як військові успіхи, волонтерська діяльність, єдність та витривалість українського суспільства. Внаслідок цього формується образ України як країни, яка впевнено відстоює свою незалежність та бореться за своє майбутнє. В публікаціях все частіше використовується лексика солідарності, такі формулювання як «незламна Україна», «героїчний спротив», «форпост демократії» [4]. Візуальні матеріали супроводжуються сильними образами: прапорами, обличчями цивільних під обстрілами, зруйнованими містами — що викликає емпатію та емоційний відгук.

Під час дослідження було встановлено, що зміна риторики пов'язана як з посиленням позицій України на міжнародній арені, так і з розвитком інформаційної політики самої держави. Порівняно з 2014 роком, коли Україна часто виступала об'єктом інформаційного впливу, у 2022–2023 роках вона стала активним суб'єктом глобального медіадискурсу. Активна участь України у міжнародному

інформаційному полі, зокрема через платформу *United24*, системну комунікацію Президента Володимира Зеленського, діяльність Міністерства цифрової трансформації та Центру стратегічних комунікацій, значно підвищили видимість української позиції у провідних світових медіа [5]. Також у роботі аналізуються медіапідходи у різних країнах. Наприклад, у німецькому виданні *Deutsche Welle* акцент робиться переважно на гуманітарних аспектах: стражданнях цивільного населення, проблемах біженців, впливі війни на повсякденне життя українців. У статті «Війна в Україні очима родини з Харкова» (*DW*, 2023) показано історію багатодітної родини, що втекла з-під обстрілів, і труднощі, з якими вона зіткнулася у пошуках прихистку в Європі [3].

Натомість у британському *The Guardian* та американському *CNN* більше уваги приділяється військово-політичним подіям: аналізу дій армій, оцінці рішень НАТО, заявам міжнародних лідерів. У матеріалі *CNN* «Ukrainian counteroffensive: what's next?» (2023) детально розглянуто хід наступу ЗСУ на півдні України та реакцію Пентагону [2]. Такий контекстуальний підхід свідчить про адаптацію змісту до інформаційних очікувань та потреб цільової аудиторії кожного медіа [1].

Отже, у 2023 році західні ЗМІ значно активніше конструюють позитивний імідж України, на відміну від 2014 року. Це зумовлено змінами в глобальному дискурсі, стратегічною комунікацією України та підвищеним інтересом до теми демократичних цінностей в умовах війни. Така трансформація є важливою для посилення міжнародної підтримки та інформаційної стійкості держави.

#### Список використаних джерел:

1. Чекштуріна В. Роль медіа у формуванні політичного дискурсу в умовах російсько-української війни. Публічне управління і політика. 2024. №1. С. 53–62.
2. CNN. Ukrainian counteroffensive: what's next? – July 2023. URL: <https://edition.cnn.com/ukraine-counteroffensive-2023>
3. Deutsche Welle. Війна в Україні очима родини з Харкова. – 2023. URL: <https://www.dw.com/uk/ukraine-family-story>
4. *How the West Sees Ukraine Now.* // *The New York Times*. – February 2023. – С. 39–44.
5. *United24: Global impact report.* // Офіційний портал ініціативи United24. – 2023. – С. 70–74.

**Марта Цимбалюк,**  
Державний податковий університет;  
Науковий керівник: доктор наук із соціальних комунікацій, професор  
Гиріна Тетяна Сергіївна