МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В. ГНАТЮКА

Історичний факультет
Кафедра всесвітньої історії та релігієзнавства

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

ОБРАЗ ІЗРАЇЛЮ У СВІТОВИХ ТА УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА (2008–2025 РР.): ПОЛІТИКО-ІДЕОЛОГІЧНИЙ, СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ ТА ЕКОНОМІЧНИЙ ВИМІРИ

Освітньо-професійна програма

014.03 Середня освіта (Історія)

Студента групи СОІ-42
Юрія КОПАЧА
Науковий керівник: доц., к.і.н.
Ірина ФЕДОРІВ

Рецензент:
д.і.н., проф. **Андрій ГРУБІНКО**

Робота захищена з оцінкою:
Національна шкала _____
Кількість балів: _____ Оцінка: ECTS_____

Тернопіль - 2026

АНОТАЦІЯ

Копач Ю. Образ Ізраїлю у світових та українських медіа (2008–2025 рр.): політико-ідеологічний, соціокультурний та економічний виміри. Бакалаврська робота. Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка. Тернопіль. 2026. 77 с.

Кваліфікаційна робота присвячена дослідженню особливостей формування образу Ізраїлю у світових та українських медіа упродовж 2008–2025 рр. На основі спеціальної наукової літератури та джерельних матеріалів розглянуто основні підходи до вивчення медіаобразу держави в сучасному інформаційному просторі. У роботі проаналізовано політико-ідеологічний, економічний та соціокультурний виміри репрезентації Ізраїлю в мас-медіа. Висвітлено вплив ізраїльсько-палестинського конфлікту на міжнародне сприйняття держави. Значну увагу приділено ролі цифрових медіа, соціальних мереж і публічної дипломатії у формуванні сучасного образу Ізраїлю, а також визначено основні тенденції розвитку медіакомунікації у 2020-х рр. з окресленої проблематики.

Ключові слова: Ізраїль, медіаобраз, засоби масової інформації, цифрові медіа, міжнародний імідж, ізраїльсько-палестинський конфлікт, публічна дипломатія, соціальні мережі, пропаганда, медіарепрезентація.

ANNOTATION

Kopach Y. The Image of Israel in Global and Ukrainian Media (2008–2025): Political-Ideological, Sociocultural and Economic Dimensions. Bachelor's Thesis. Ternopil Volodymyr Hnatiuk National Pedagogical University. Ternopil. 2026. 77 p.

This bachelor's thesis studies how Israel is presented in global and Ukrainian media from 2008 to 2025. It is based on academic literature and various source materials and looks at how researchers study the media image of a country in today's information world. The thesis examines Israel's media image from three main perspectives: political-ideological, economic, and sociocultural. It also explains how the Israeli-Palestinian conflict influences how Israel is seen in other countries. Special attention is given to digital media, social networks, and public diplomacy and their role in shaping Israel's modern image. The study also identifies the main trends in media communication in the 2020s on this topic.

Keywords: Israel, media image, mass media, international image, Israeli-Palestinian conflict, digital media, public diplomacy, social networks, propaganda, media representation.

ЗМІСТ

ВСТУП..... 4

РОЗДІЛ 1. СТАН НАУКОВОЇ РОЗРОБКИ ПРОБЛЕМИ, ДЖЕРЕЛЬНА БАЗА ТА МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ 8

1.1. Історіографія вивчення проблеми...... 8

1.2. Джерельна база дослідження 12

РОЗДІЛ 2.ОБРАЗ ІЗРАЇЛЮ У СВІТОВИХ ТА УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА У 2008–2025 років…… 15

2.1. Політико-ідеологічні моделі висвітлення 15

2.2. Економічний образ Ізраїлю як інноваційної та технологічно розвиненої держави……19

2.3. Соціокультурне відображення країни 23

РОЗДІЛ 3. АРАБО-ІЗРАЇЛЬСЬКИЙ КОНФЛІКТ У МЕДІАРЕПРЕЗЕНТАЦІЇ ІЗРАЛЮ……30

3.1. Висвітлення ізраїльсько-палестинського конфлікту у 2008–2022 роках як чинник формування образу Ізраїлю 30

3.2. Пропагандистські та маніпулятивні практики у висвітленні конфлікту..... 34

3.3. Вплив конфлікту на міжнародний імідж Ізраїлю 38

РОЗДІЛ 4. ЦИФРОВІ МЕДІА ТА ТРАНСФОРМАЦІЯ ОБРАЗУ ІЗРАЇЛЮ У 2020-х рр. 42

4.1. Виклики для образу Ізраїлю в цифровому медіасередовищі.... 42

4.2. Публічна дипломатія, соціальні мережі та нові комунікаційні стратегії Ізраїлю 46

4.3. Медійна реакція на операцію «Висхідний лев» (2025 р.) 50

РОЗДІЛ 5. МЕТОДИЧНЕ ЗАСТОСУВАННЯ ТЕМИ ДОСЛІДЖЕННЯ У ШКІЛЬНІЙ ОСВІТІ 55

5.1. Аналіз навчальної теми «Маніпулятивний вплив медіа» у 10 класі шкільного курсу громадянської освіти..... 55

5.2. Розробка уроку на тему «Маніпулятивний вплив медіа: аналіз медіаобразу Ізраїлю в цифрових повідомленнях» для 10 класу 58

ВИСНОВКИ 61

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 65

ДОДАТКИ 75

ВСТУП

Актуальність дослідження. Медіаобраз держави у сучасному світі формується не як статичне відображення політичної реальності, а як результат безперервної взаємодії інформаційних потоків, інтерпретацій і наративів, що циркулюють у глобальному комунікаційному просторі. У цьому середовищі держава постає не лише як політичний суб'єкт, а як символічна конструкція, що постійно відтворюється через тексти, візуальні образи, аналітичні матеріали та публічні дискурси. Саме тому дослідження медіаобразу Ізраїлю набуває особливого значення, оскільки ця держава існує у зоні підвищеної інформаційної інтенсивності, де політичні події, військові конфлікти та соціокультурні процеси миттєво трансформуються у медійні смисли. Теоретичне підґрунтя дослідження пов'язане з розумінням медіа як середовища, що не лише передає інформацію, а й конструює реальність, визначаючи межі її сприйняття. У цьому процесі образ держави формується через поєднання політико-ідеологічних, економічних і культурних наративів, які можуть взаємодіяти, конфліктувати або доповнювати один одного. Особливістю медіарепрезентації Ізраїлю є її багатовекторність: з одного боку, держава позиціонується як технологічно розвинена, інноваційна, з високим рівнем економічного розвитку, з іншого – як учасник тривалого конфлікту, що формує специфічний інформаційний фон. Саме ця подвійність створює складну структуру образу, де позитивні та негативні компоненти співіснують і взаємно впливають.

У період 2008–2025 років медійна репрезентація Ізраїлю зазнала суттєвих трансформацій, що пов'язано як із розвитком цифрових медіа, так і зі змінами у міжнародному політичному середовищі. Соціальні мережі, новинні платформи та альтернативні канали комунікації створюють нові умови формування образу держави, де інформація поширюється швидко, а інтерпретації можуть змінюватися залежно від контексту. У цьому середовищі особливого значення набувають маніпулятивні та пропагандистські практики, які здатні змінювати сприйняття подій, створюючи альтернативні версії реальності.

Дослідження медіаобразу Ізраїлю дозволяє виявити механізми формування міжнародного іміджу держави, простежити вплив конфліктів на інформаційний простір і зрозуміти, як змінюється структура медійних наративів під впливом цифрових технологій. Саме ця сукупність факторів визначає актуальність теми, яка виходить за межі історичного або політичного аналізу і переходить у площину дослідження інформаційних процесів.

Наукове осмислення проблеми медіаобразу держави формувалося у межах різних підходів, що дозволяють розкрити його багатовимірну природу, котрі дозволяють розглядати медіаобраз держави як результат складної взаємодії історичних, політичних і комунікаційних факторів.

Зв'язок роботи з науковими програмами. Кваліфікаційна робота виконана в межах наукового напрямку кафедри всесвітньої історії та релігієзнавства Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка «Україна-Європа-Світ: цивілізаційні аспекти розвитку» (державний номер реєстрації 0120U101569).

Мета дослідження: дослідити формування медіаобразу Ізраїлю у світових та українських засобах масової інформації у 2008–2025 рр., визначити ключові чинники його трансформації.

Завдання дослідження:

- систематизувати та проаналізувати історіографію та джерельну базу дослідження;
- з'ясувати політико-ідеологічні, економічні та соціокультурні моделі репрезентації Ізраїлю у світових та українських медіа;
- дослідити висвітлення арабо-ізраїльського конфлікту у медіарепрезентації Ізраїлю у 2008–2025 рр.;
- визначити пропагандистські та маніпулятивні практики у висвітленні конфлікту та їхній вплив на міжнародний імідж держави;
- охарактеризувати трансформацію образу Ізраїлю у цифровому медіасередовищі 2020-х рр.;

– обґрунтувати можливості методичного застосування теми дослідження у шкільній освіті.

Об’єкт дослідження – формування та трансформація політико-ідеологічного, соціокультурного та економічного образу Ізраїлю 2008-2025 рр. у сучасному інформаційному просторі.

Предмет дослідження – особливості репрезентації Ізраїлю у світових та українських медіа, зміст, специфіка та динаміка політико-ідеологічних, соціокультурних та економічних наративів висвітлення держави у 2008–2025 рр.

Методи дослідження. Використано історичний метод для аналізу еволюції медійного образу у часовому вимірі, контент аналіз для дослідження матеріалів медіа та виявлення основних тематичних і смислових домінант, порівняльний метод для зіставлення світових і українських медіапідходів, дискурс аналіз для виявлення ідеологічних і смислових структур у текстах, а також аналітичний підхід, що дозволяє узагальнити отримані результати і визначити закономірності формування сучасного медіаобразу Ізраїлю.

Хронологічні межі дослідження: 2008–2025 рр. Нижня межа пов’язана з новим етапом загострення ізраїльсько-палестинського конфлікту після війни у Газі в 2008–2009 рр. та відповідно активізацією висвітлення теми у цифровому медіапросторі. Верхня межа представлена сучасним станом медіарепрезентації Ізраїлю у 2023–2025 р., період чергового посилення ізраїльсько-палестинської ворожнечі.

Територіальні межі – світовий та український медійний простір, у межах якого формувалися політико-ідеологічні, соціокультурні та економічні наративи про Ізраїль та охоплює міжнародний та український медіадискурс, сформований провідними засобами масової інформації Європи, США, Близького Сходу та інших регіонів світу.

Наукова новизна і теоретичне значення роботи полягає у комплексній систематизації підходів до вивчення медіаобразу Ізраїлю у 2008–2025 рр., зіставленні світових та українських медійних репрезентацій і виокремленні політико-ідеологічного, соціокультурного, економічного та цифрового вимірів

образу держави. Постановка проблеми є новою в українській історіографії, а тема у такому форматі – досі цілісно не досліджувалась.

Практичне значення – матеріали роботи можуть бути використані під час підготовки занять з громадянської освіти, медіаграмотності, всесвітньої історії та під час криичного аналізу сучасних інформаційних процесів у шкільному курсі.

Апробація результатів дослідження. Основні положення та висновки кваліфікаційної роботи викладені та обговорені на:

1) І Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції «Актуальні проблеми історичної науки та освіти у дослідженнях молодих науковців» (19 квітня 2024 р., м. Тернопіль), тези подані до друку для публікації у збірнику матеріалів [87].

2) ІІ Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції «Актуальні проблеми історичної науки та освіти у дослідженнях молодих науковців» (10 квітня 2025 р., м. Тернопіль), тези подані до друку для публікації у збірнику матеріалів [88].

3) ІІІ Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції «Актуальні проблеми історичної науки та освіти у дослідженнях молодих науковців» (5 травня 2026 р., м. Тернопіль), тези подані до друку для публікації у збірнику матеріалів [89].

Структура й обсяг роботи. Робота складається з п’яти розділів, тринадцяти параграфів, висновків і списку використаних джерел (89 позицій). Загальний обсяг роботи – 77 аркушів, з них основного тексту – 61 арк.

РОЗДІЛ 1
СТАН НАУКОВОЇ РОЗРОБКИ ПРОБЛЕМИ,ДЖЕРЕЛЬНА БАЗА ТА МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1. Історіографія вивчення проблеми.

Медіаобраз Ізраїлю формувався протягом тривалого часу (XX–XXI ст.), а саме під час складного для неї періоду – від проголошення держави у 1948 р., через низку воєнних конфліктів (1956 р., 1967 р., 1973 р.), до сучасного етапу інформаційних війн. Відповідно, медіаобраз Ізраїлю став предметом вивчення широкого кола дослідників у межах історичних, політичних, комунікаційних та культурологічних студій.

У межах цих груп ми розглядаємо історіографію досліджень на основі проблемно-тематичного принципу в політичному, економічному та соціокультурному вимірах, у яких українські та зарубіжні дослідники поступово почали розуміти механізми формування міжнародного іміджу держави, еволюцію її представлення в медіа та зміну інформаційних наративів. Історіографія вивчення медіаобразу Ізраїлю формувалася хвилеподібно, у тісному зв’язку зі змінами міжнародної політики, розвитком воєнних конфліктів і еволюцією медіа від друкованої преси та телебачення до цифрових платформ. Перший етап (1948 – початок 1970-х рр.) характеризується тим, що сам термін «медіаобраз» ще не використовувався у сучасному науковому значенні. Натомість дослідники оперували поняттями міжнародної репутації, дипломатичної репрезентації та газетної інтерпретації конфліктів [87].

Після арабо-ізраїльських воєн 1948–1949 рр., Суецької кризи 1956 р. та Шестиденної війни 1967 р. у західному інформаційному просторі закріпився домінантний наратив про Ізраїль як «малу державу під постійною загрозою». Це суттєво вплинуло на ранні дослідження, які переважно належали до політичної історії [7, с. 284]. У цей період образ держави формувався через воєнну журналістику, персоналізацію політичних лідерів та використання історико-релігійних алюзій.

Після війни Судного дня 1973 р. відбувається якісна зміна дослідницької парадигми. Увага поступово зміщується від опису подій до аналізу способів їхньої медійної інтерпретації [88]. У 1970-х роках формуються теоретичні основи подальших студій, пов'язані з концепціями agenda-setting, framing, public diplomacy та symbolic politics [9, с. 245]. Це дозволило розглядати медіа не лише як канал передачі інформації, а як інструмент формування політичної реальності.

Другий етап (кінець 1970-х – початок 1990-х рр.) включає в себе домінування телебачення та процеси глобалізації медіапростору. Візуалізація воєнних конфліктів зробила їх доступними для світової аудиторії, що суттєво вплинуло на характер репрезентації Ізраїлю. Після Ліванської війни 1982 р. його медіаобраз набуває більш суперечливого характеру, а науковий аналіз дедалі частіше зосереджується не лише на подіях, а й на способах їх подачі, новинних фреймах та структурі медійного дискурсу [21, с. 132]. У результаті формується нове розуміння медіаобразу як динамічного дискурсивного поля, що змінюється залежно від політичного контексту, типу медіа та етичних стандартів висвітлення [3, с. 61].

Тому базовий концептуальний рівень досліджень становлять праці, що дозволяють простежити витоки ізраїльської державної ідеї та інтелектуальні передумови формування державності. У цьому контексті вагоме значення має праця Т. Герцля [1], яка репрезентує не лише політичну концепцію сіонізму, а й модель уявлення про державу як інструмент національної консолідації та політичного самоствердження.

Цю дослідницьку лінію розвиває праця А. О. Грідчиної [2], у якій ключовою фігурою виступає Давид Бен-Гуріон як центральний актор раннього етапу державотворення. На мою думку, авторка особливо акцентує увагу на тому, що Ізраїль у 1940-1950-х роках здійснив поступовий перехід від держави, заснованої на ідеології, у сфері сіоністського проєкту до політичної системи з різними інституціями. Ми можемо простежити, що Бен-Гуріон є не лише політичним лідером, але й засновником державних інституцій, які втілили політичні ідеї у формі державного управління.

Додаткове теоретичне підґрунтя цього підходу формують узагальнювальні праці з історії держави і права зарубіжних країн, де Ізраїль розглядається у ширшому порівняльному контексті розвитку модерних держав. Зокрема, у дослідженнях А. В. Грубінка [3] акцент зроблено на інституційному становленні державності та загальних закономірностях еволюції політико-правових систем, що дозволяє співвідносити ізраїльський кейс із європейськими моделями державотворення. У роботах О. М. Бандурки [7] Ізраїль постає як приклад функціонування ефективної правової системи в умовах складного безпекового середовища, де особлива роль відводиться балансу між демократичними інститутами та викликами національної безпеки.

У свою чергу, Д. А. Тихоненков [20] розглядає історико-правові аспекти формування державності, акцентуючи на еволюції конституційних практик та механізмів легітимації влади. Цей підхід сприяє більш глибокому розумінню особливостей правового розвитку Ізраїлю як держави, яка не має формально затвердженої єдиної конституції. У працях Г. Трофанчука [21] акцент зміщується на порівняльно-правовий вимір державності, де Ізраїль розглядається у контексті світових моделей державного устрою та особливостей функціонування парламентсько-демократичних систем.

Не менш важливими є напрацювання Я. А. Федоренка [23], який приділяє увагу загальним принципам організації державної влади та взаємодії гілок влади, що дозволяє інтерпретувати ізраїльську модель як гнучку систему з високим рівнем адаптивності. Водночас у дослідженнях В. Д. Яремчука [25] розглядаються питання історико-правового розвитку державності в контексті становлення інституційних механізмів, що дає змогу побачити Ізраїль як частину ширшого процесу модерної політико-правової трансформації.

У поєднанні ці роботи надають методологічно обґрунтовану основу для вивчення медійного образу Ізраїлю, оскільки вони допомагають пов'язати інформаційні та дискурсивні уявлення про державу з її фактичним інституційним та правовим підґрунтям. Аналіз політичної та правової структури держави є одним із способів уникнути поверхневих прочитань її медійного

образу та представити науково коректну картину міжнародних уявлень про Ізраїль.

Другу групу досліджень охоплюють праці, в яких Ізраїль розглядається як об’єкт міжнародної комунікації та інформаційного моделювання. У цьому контексті ключове місце посідає робота В. Коваля [8], де акцент зроблено на механізмах зовнішньополітичної репрезентації та символічного конструювання образу держави.

У межах цього підходу формується уявлення про те, що медіа не лише відображають реальні події, а й частково створюють їхнє сприйняття. Цю думку розвиває Г. Почепцов [15; 16], який пояснює медіа як систему впливу на суспільну свідомість. Вона працює через відбір інформації, її повторення, емоційне забарвлення та скорочене подання складних явищ. У результаті інформація подається не нейтрально, а вже з певним акцентом і способом трактування.

У випадку Ізраїлю це особливо помітно, оскільки країна постійно перебуває в центрі політичної та інформаційної уваги. Це впливає на те, як будується її офіційна комунікація. О. Мороз [14] у дослідженні українсько-ізраїльських інформаційних відносин зазначає, що образ держави формується під впливом різних країн і медіасередовищ. Тому сприйняття Ізраїлю в медіа залежить від того, з якої саме інформаційної позиції подається матеріал.

Наступний тематичний блок становлять дослідження, які деталізують окремі компоненти медіаобразу Ізраїлю. Йдеться про сфери безпеки, армії, спецслужб, релігії, стратегічної культури та дипломатії. У цьому контексті робота Ю. Матвієнка [10] демонструє, як реформи спецслужб можуть інтерпретуватися як елемент загальної моделі державної безпекової поведінки. Подібні дослідження формують уявлення про Ізраїль як про державу з високим рівнем мобілізаційної готовності та інституційної адаптивності.

Інший ракурс представлений у праці О. Юрченка [24], де стратегічна культура Ізраїлю аналізується через поєднання історичної пам’яті та сучасної безпекової політики. У медійному просторі це трансформується у сталі образи

«держави виживання», «військової інноваційності» та «технологічної переваги». Додатково дослідження Компанійця О. В. та Баличевої В. М. [9] дозволяють розширити уявлення про соціокультурні виміри образу держави, зокрема через аналіз релігійної освіти як елементу національної ідентичності.

Окрема частина праць в історіографії присвячені персоніфікованому виміру державотворення. Наприклад, про постать Бен-Гуріона, ми можем побачити у різних дослідженнях Т. Сегева [18] та А. О. Грідчиної [2], яка виконує функцію символічного центру ранньої ізраїльської державності. Хронологічно праці 2019–2023 рр. відображають сучасний етап українського наукового осмислення Ізраїлю, що відбувається в умовах нових глобальних викликів, пов’язаних із війнами, безпекою та трансформацією міжнародних союзів [89].

У підсумку методологічного рівня дослідження представл праці Т. Герцля [1], А. О. Грідчиної [2], А. В. Грубінка [3], О. М. Бандурки [7], Д. А. Тихоненкова [20], Г. Трофанчука [21], Я. А. Федоренка [23], В. Д. Яремчука [25]. Комунікаційно-аналітичні праці представлені роботами В. Коваля [8], Г. Почепцова [15; 16], О. Мороза [14], які дозволяють дослідити механізми формування медіаобразу держави. Галузево-тематичні праці нами проаналізовані таких авторів: О. В. Компанійця, В. М. Баличевої [9], Ю. Матвієнка [10], О. Юрченка [24], Т. Сегева [18], які конкретизують образ Ізраїлю через безпекову, культурну та дипломатичну призму.

1.2. Джерельна база дослідження

У межах даної роботи образ Ізраїлю у світових та укрїанських медіа у джерельній базі формується як система, що містить у собі офіційно-державні документи, аналітичні ресурси, академічні праці та медіаматеріали. Даний підхід допомагає проаналізувати, як країна бачить себе у різних політико-ідеологічному, соціокультурному та економічному вимірах. Ключовим елементом офіційного рівня є матеріали Міністерства закордонних справ Ізраїлю, зокрема ресурс «Факти про Ізраїль» [22], який виконує функцію стандартизованого державного опису країни. Він репрезентує Ізраїль через

стабілізовані фактологічні дані, історичні довідки та узагальнену інформацію про політичну систему, економіку, культуру та міжнародні відносини. Подібний тип джерела формує контрольований офіційний дискурс, у якому держава постає як раціонально організований і міжнародно інтегрований актор.

До офіційно-інституційних джерел також належать Декларація незалежності Ізраїлю, розміщена на сайті Кнесету [33], яка фіксує нормативно-правове підґрунтя державності та формує ідеологічну основу політичної ідентичності країни. Важливими є також ресурси урядових структур, зокрема Міністерства охорони здоров'я Ізраїлю [12] та Міністерства туризму Ізраїлю [13], які відображають соціальну та економічну політику держави у вигляді публічних комунікаційних стратегій. Окреме значення має інформація Посольства Ізраїлю в Україні [6], яка демонструє двосторонній дипломатичний вимір формування міжнародного іміджу.

У рамках оцінки глобального позиціонування Ізраїлю використовується також аналітичний рейтинг Global Soft Power Index [39], що дозволяє розглядати країну через призму «м'якої сили» та міжнародної репутації. У поєднанні з матеріалами Міністерства інновацій, науки і технологій Ізраїлю [71] ці джерела підкреслюють економіко-технологічний вимір образу держави, зокрема її позиціонування як інноваційного центру та високотехнологічної економіки.

Також було проаналізовано різноматні світові видання. Наприклад, серед американських видань у роботі було використано матеріали Associated Press, Reuters, аналітичні публікації Reuters Institute for the Study of Journalism, матеріали британської BBC News. Ізраїльський медіадискурс представлений публікаціями: The Jerusalem Post, Haaretz та The Times of Israel. Серед азійських джерел використано матеріали Al Jazeera, які відображають близькосхідний погляд на події в регіоні. Українська частина джерельної бази представлена Українська правда, Європейська правда, РБК-Україна, Укрінформ, Дзеркало тижня та Суспільне мовлення. Дані видання спеціалізуються на висвітленні ізраїльської тематики в українському медіа просторі. Ми можемо відстежувати особливості формування іміджу Ізраїлю в різних інформаційних середовищах з

широким спектром джерел. Але характер висвітлення подій у кожному ЗМІ значною мірою залежить від редакційної політики видання, його власників, джерел фінансування, цільової аудиторії та політичної чи ідеологічної орієнтації. Саме тому один і той самий міжнародний чи регіональний процес може бути інтерпретований по-різному залежно від медіаплатформи.

Підсумовуючи, вище сказане, для ретельного аналізу даної теми використовуються офіційні документи, наукові праці та матеріали міжнародних і українських засобів масової інформації. Можна побачити, як змінювався образ Ізраїлю під впливом воєнних конфліктів, міжнародної політики та розвитку медіа. Варто зазначити, що медіа це не лише відображення подій, а й формування суспільного сприйняття країни через інформаційні джерела.

РОЗДІЛ 2
ОБРАЗ ІЗРАЇЛЮ У СВІТОВИХ ТА УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА У 2008–2025 рр.

2.1. Політико-ідеологічні моделі висвітлення

Політико-ідеологічні моделі репрезентації Ізраїлю в сучасних медіа формуються через напружене зіткнення кількох мов опису: безпекової, національно-державної, ліберально-демократичної, релігійно-цивілізаційної, гуманітарно-правової та культурно-дипломатичної. Ізраїль у медійному просторі постає не лише як держава з конкретною армією, урядом, парламентом, дипломатичними інтересами й воєнними рішеннями, а як смвол, навколо якого різні аудиторії конструюють власні моделі морального осмислення світу. Для одних медійних систем він набуває образу суспільства, що живе в стані постійної загрози, пам’яті про атаки, страху перед повторенням масового насильства й необхідності захищати кордони силовими засобами. Для інших він пов’язується з нерівністю сили, тривалою окупаційною логікою, гуманітарною катастрофою в Газі, маргіналізацією палестинського голосу та напруженням між декларативною демократією і практиками воєнного контролю.

Така подвійність не зникає через появу нових фактів, бо самі факти проходять крізь різні редакційні фільтри: одна камера шукає заручників, родини загиблих, військову загрозу й травму 7 жовтня; інша фіксує руїни, евакуацію цивільних, втрати серед дітей, міжнародні заяви й протести. Медіа не просто відтворюють реальність, вони надають їй композицію, темп, інтонацію, моральний центр. Саме тому репрезентація Ізраїлю рідко буває нейтральною: навіть добір слів уже задає політичну координату. Формула «самооборона» спрямовує глядача до логіки легітимного захисту; формула «колективне покарання» вводить правову й гуманітарну оптику; формула «війна з терором» звужує поле до безпекової необхідності; формула «війна проти цивільного населення» переносить центр на нерівність насильства. У цій багатошаровій системі Ізраїль стає медійним об’єктом із високою смисловою насиченістю, адже

кожен сюжет про нього майже автоматично торкається історичної пам’яті, Голокосту, колоніальної критики, антисемітизму, прав людини, палестинського питання, ісламізму, західної дипломатії, американської підтримки, європейської провини, арабсько-ізраїльських воєн і нинішньої кризи міжнародного права. Так вибудовується перша модель – конфліктна медійна багатозначність, у якій одна й та сама подія отримує несумісні значення залежно від того, хто говорить, для кого говорить і яку межу між «своїми» та «чужими» проводить у кадрі.

Внутрішньоізраїльська модель репрезентації найвиразніше простежується через зміну телевізійної мови, про яку пише Давіде Лернер у статті 2025 року «The Patriot effect: Israel’s shifting civil discourse under Netanyahu». Автор показує, як ізраїльський ефір поступово змістився від рідкісних, але можливих моментів емпатійного прориву до палестинського страждання – до простору, де така видимість майже витіснена з прайм-тайму. Епізод із лікарем Іззельдіном Абулайшем у 2009 році мав силу прямого морального удару: його крик після загибелі доньок і племінниці прозвучав в ефірі ізраїльського телеканалу й на мить пробив захисну оболонку воєнної риторики. У нинішній медійній ситуації, за спостереженням Лернера, такий ефірний жест здається майже неможливим, бо громадська чутливість після 7 жовтня стала значно жорсткішою, травматизованішою, замкненішою на власному болю [68].

Channel 14 у цьому процесі постає не просто телеканалом із правою редакційною позицією, а лабораторією нової цивільної мови, де патріотична афектація, політична лояльність до Нетаньягу, сарказм, войовнича риторика й студійна театральність утворюють цілісний механізм мобілізації аудиторії. Передача «Hapatriotim» працює як публічний ритуал підтвердження групової правоти: ведучі й гості не лише коментують новини, вони виробляють відчуття спільного фронту, у якому сумнів легко сприймається як слабкість, а співчуття до палестинського цивільного населення – як загроза внутрішній єдності. Така модель медійної репрезентації тримається на емоційній економії винятковості: ізраїльське страждання деталізується, персоніфікується, повторюється через імена, родини, обличчя, історії виживання; палестинський досвід часто

залишається узагальненим, підозрілим, статистичним або відсутнім. Унаслідок цього медіа створюють не просто політичну позицію, а специфічну антропологію видимого: одні життя набувають повної драматичної форми, інші зникають у тумані воєнних абстракцій. Саме тут проявляється національно-мобілізаційна модель: Ізраїль зображується як суспільство-фортеця, де телебачення підтримує стан психологічної оборони, каналізує гнів, надає йому мову, сцену, жарти, символи й ворогів, а журналістська дистанція поступово поступається місцем емоційно зарядженій участі.

Політико-інституційна модель репрезентації Ізраїлю розкривається через те, як автори тлумачать саму демократію. У статті Yoav Arad & Michael Freedman «The crises of Israeli democracy: political-ideological framings by members of Israel's 24th Knesset» (2025) аналізуються публічні заяви та дописи 72 депутатів 24-го Кнесету, і на цьому матеріалі показано, що демократія в ізраїльському політичному полі давно втратила статус однозначної спільної мови. Ліберальні представники схиляються до розуміння демократії як системи прав, плюралізму, незалежного суду, обмеження виконавчої влади й захисту меншин. Консервативні політики частіше описують її через волю більшості, виборчий мандат, народний суверенітет і право уряду реалізовувати програму без інституційного гальмування. Релігійні депутати вводять у демократичну лексику юдейські нормативні орієнтири, через що громадянська рівність починає співіснувати з уявленням про пріоритет єврейського характеру держави. Неєврейські парламентарі, за висновками авторів, коливаються між ліберальними й популістськими формулами залежно від конкретної політичної ситуації. Для медіа така розщепленість стає продуктивним джерелом драматургії. Ізраїль репрезентується то як демократія під тиском внутрішнього популізму, то як держава, що повертає владу «народу» після тривалого домінування судових і бюрократичних еліт, то як етнонаціональний проєкт, у якому універсальні принципи громадянства постійно стикаються з релігійною та історичною самосвідомістю [69].

Саме поняття демократії перетворюється на ідеологічний інструмент, де кожен табір наповнює його власним змістом і звинувачує опонентів у спотворенні. У медійному полі це породжує напружені сюжети про Верховний суд, судову реформу, вуличні протести, права арабських громадян, межі військової влади, свободу слова, демонстрації проти уряду, звинувачення в антидержавності та страх перед демократичним розпадом. Образ Ізраїлю тут уже не замикається на війні з зовнішнім ворогом; він включає внутрішню боротьбу за норму політичного життя. Ця модель дозволяє бачити, як медіа перетворюють абстрактні конституційні суперечки на емоційно зрозумілі сцени: суддя проти виборця, протестувальник проти уряду, солдат проти правозахисника, більшість проти меншини, релігійна традиція проти секулярної громадянськості. У таких сюжетах Ізраїль постає як держава, де демократична форма зберігається, але її внутрішній зміст постійно переписується під тиском партійної боротьби, воєнної мобілізації й релігійно-національної ідентичності.

Міжнародно-культурна модель репрезентації Ізраїлю особливо виразно проявляється в конфліктах довкола «Євробачення», описаних Юрієм Свиридюком у матеріалі 2025 р. «Євробачення» без єдності: як участь Ізраїлю спричинила найбільшу кризу за 20 років». У цьому випадку медійна перспектива переноситься з парламенту, армії та телевізійних студій на сцену музичного конкурсу, де політика ніби має бути відсунута, але саме там вона проступає з максимальною емоційною силою. «Євробачення» десятиліттями підтримувало міфологію єдності, спільного європейського простору, святкової аполітичності, музичної толерантності та символічного примирення. Участь Ізраїлю на тлі війни в Газі зробила цю міфологію крихкою. Активісти, частина артистів і глядачів почали сприймати присутність ізраїльського мовника як форму культурної нормалізації держави, яку звинувачують у масштабних порушеннях міжнародного права. Ізраїльська сторона, навпаки, подавала участь як право на голос, пам’ять про жертв 7 жовтня, демонстрацію стійкості й належності до європейського культурного простору [70].

Скандал із піснею «October Rain», яку EBU відхилила через політичний підтекст, а потім допустила перероблений варіант «Hurricane», показав, що в сучасній культурній комунікації політичний сенс існує не лише в тексті пісні. Він народжується з назви, біографії виконавця, дати, сценічного жесту, реакції залу, тиску делегацій, протестів на вулицях, телетехнологій, які здатні приглушити свист і накласти штучні оплески. У 2025 р. участь Юваль Рафаель, яка вижила під час нападу на фестиваль Supernova, ще сильніше персоніфікувала ізраїльський наратив. Її сценічний образ уже читався не тільки як виступ співачки, а як драматизована форма національної пам'яті, у якій особиста травма переходить у мову державного представництва.

2.2. Економічний образ Ізраїлю як інноваційної та технологічно розвиненої держави

Економічний образ Ізраїлю в медіа представлений як держава, яка змогла подолати обмеження простору, природних ресурсів і внутрішнього ринку, ставши потужною силою технологічних інновацій. Ізраїль позиціонує себе як країна з високим рівнем інтелектуальної щільності. Країна невелика і має концентровану мережу університетів, військово-технологічних структур, венчурних фондів, інкубаторів, стартапів і глобальних корпорацій. Знання дуже швидко перетворюються на продукт, і його сприймають як міжнародний. Медіа люблять писати про швидку економічну трансформацію, тому що вона має зовсім іншу драматургію: країна без переваг сировинних ресурсів здатна розвивати цифрові рішення, платформи кібербезпеки, агротехнології, водні системи, медичні інновації, програмні послуги та оборонні технології, які не обмежуються місцевим ринком.

Саме тому поняття «Start-Up Nation» стало не просто журналістською формулою, а стійким символом ізраїльської економічної модерності. Воно дозволяє медіа описувати Ізраїль як лабораторію швидкого мислення, де ризик, нестача ресурсів і безпекова напруга не блокують розвиток, а створюють специфічну культуру рішень. У такому образі економіка країни має нервову,

майже трансформаційну динаміку: ідеї циркулюють між військовими підрозділами, університетськими кампусами, приватними компаніями й інвестиційними фондами; молоді фахівці рано входять у складні технічні завдання; засновники стартапів звикають працювати в умовах невизначеності; інвестори сприймають ізраїльський ринок як місце швидкого народження технологій із глобальним потенціалом.

У матеріалі UNIT.City Innovation Park 2019 року «*Долина у пустелі: як Ізраїль став лідером світового стартап-ринку*» економічний образ Ізраїлю подано через призму інноваційного захоплення та практичного інтересу до ізраїльської моделі розвитку. Українсько-ізраїльський інноваційний саміт у Києві в цьому тексті постає як простір зустрічі з країною, яка навчилася будувати технологічну економіку на основі таланту, дисципліни, мережевої взаємодії й глобального мислення. Ізраїль описується як друга за розміром стартап-екосистема світу після США, а присутність інвесторів, підприємців і представників компаній із великою капіталізацією створює враження економіки, де інновація стала повсякденною інфраструктурою, а не винятковою подією. Василь Хмельницький у цьому матеріалі говорить про ізраїльські технології як про досвід, який Україна може засвоювати через партнерство, навчання й спільні проєкти. Джон Медвед, засновник OurCrowd, розкриває ізраїльську модель через парадоксальну здатність перетворювати нестачу на перевагу, коли відсутність води штовхає до розвитку водних технологій, мала територія змушує думати глобально, брак природних ресурсів переносить центр ваги на людський потенціал, а армійська служба формує людей, здатних витримувати тиск і діяти в умовах обмеженого часу [71].

Саме ця логіка робить медійний образ Ізраїлю таким привабливим: країна ніби демонструє, що інноваційність народжується не з комфорту, а з напруження, якщо суспільство має здатність організувати це напруження в технологічну дисципліну. Амір Рапапорт, засновник Cybertech, додає до цього кібербезпековий вимір: Ізраїль постає як держава, що рано зрозуміла природу кіберпростору як нового середовища економіки, оборони, управління й

промислового розвитку. У його заявах цифрові підрозділи армії виглядають не лише механізму захисту, але й можливістю для підготовки фахівців світового рівня. Домінік Піоте, говорячи про UNIT.City, фактично переносить ізраїльський досвід в український контекст. Екосистема потребує не лише капіталу, але й людей, здатних поєднувати технічні навички з підприємницьким мисленням. Завдяки цьому матеріалу Ізраїль у медіа постає як практичний приклад технологічної концентрації, де освіта, армія, інвестиції, ризик і глобальний ринок працюють як частини одного економічного механізму У статті Тії Голденберг 2023 року для Associated Press "Ізраїльський високотехнологічний економічний двигун зупиняється через політику уряду" медійний образ Ізраїлю радикально змінюється від захоплення технологічним успіхом до критики політичних умов, які заважають цьому успіху.

У статті Tia Goldenberg для Associated Press 2023 року «*Israel's high-tech economic engine balks at govt policies*» медійний образ Ізраїлю різко зміщується від захоплення технологічним успіхом до тривожного аналізу політичних умов, без яких цей успіх починає хитатися. Стаття описує, як технологічні лідери публічно виступили проти політики нового уряду, насамперед проти планів судової реформи, що могла послабити систему стримувань влади. Для країни, яка багато років просувала себе у світі як «Start-Up Nation», така реакція стала серйозним медійним сигналом: найбільш динамічний сектор економіки почав говорити не мовою самореклами, а мовою інституційного страху. Omri Kohl із Pyramid Analytics порушує питання про напрям руху країни: чи залишиться вона технологічним лідером, чи почне відступати під тиском політичних програм, що відштовхують інвесторів. Eynat Guez із Papaya Global заявляє про виведення коштів компанії з країни, і цей жест у медійному просторі набуває сили економічного попередження [72].

У статті James Shotter для Financial Times 2025 року «*Israel unveils tax benefits in bid to reverse tech brain drain*» економічний образ Ізраїлю переходить у фазу боротьби за людський капітал. Держава, яка довго асоціювалася з інженерною енергією, стартаповою сміливістю й кібербезпековою перевагою, у

цьому матеріалі постає перед проблемою відпливу висококваліфікованих працівників після війни, що почалася в жовтні 2023 року. Податкові стимули для фахівців, які перебувають за кордоном, виглядають як спроба повернути до країни людей, без яких технологічна екосистема втрачає здатність самовідтворюватися. Financial Times описує заходи, серед яких звільнення від оподаткування доходів, зароблених і накопичених поза Ізраїлем, механізм зарахування податків, сплачених за кордоном, а також уточнення правил оподаткування компенсацій, пов'язаних з акціями. На перший погляд, це фіскальна техніка, але медійний смисл значно ширший: держава визнає, що талант став мобільним, а професійна лояльність залежить від безпеки, податкової ясності, сімейних очікувань, бізнес-можливостей і довіри до політичного майбутнього [73].

У статті зазначено, що високотехнологічний сектор забезпечує близько шостої частини ВВП і понад половину експорту, тому переміщення фахівців перетворюється не на приватну історію окремих працівників, а на макроекономічний ризик. Dror Bin з Israel Innovation Authority говорить про людський капітал як основу успіху високих технологій й висловлює занепокоєння щодо довготривалого «brain drain». Наведені дані про збільшення кількості довгострокових виїздів техпрацівників після протестного 2023 року й у перші місяці війни показують, що сектор все ще може впоратися з надзвичайним тиском, але вже не може покладатися на минуле зростання для свого утримання. Коментар Neatsun Ziv з Ox Security додає прагматичний бізнесовий нюанс: міграція компаній інколи пов'язана не прямо з війною, а з потребою бути ближче до американського ринку, клієнтів та інвесторів. Саме ця деталь робить медійний образ Ізраїлю ще складнішим: країна може залишатися центром розробки, але фінансові, юридичні й комерційні центри компаній дедалі частіше зміщуються в США. Такий процес не руйнує ізраїльську інноваційну модель миттєво, але змінює її специфіку: технологічний мозок може залишатися в Тель-Авіві чи Хайфі, а стратегічний корпус компанії дедалі частіше формується за межами країни.

У період з 2008 по 2025 рік економічний образ Ізраїлю в медіа зазнав значних змін. У 2008–2010 роках він часто подавався через лексику стійкості: на тлі глобальної фінансової кризи ізраїльська банківська система сприймалася як відносно стабільна, а сама економіка входила у кризовий період із міцнішою позицією, ніж багато інших ринків. Основою цього була стійкість маленької держави витримувати зовнішній шок завдяки обережнішому банківському регулюванню, експортній гнучкості та технологічній спеціалізації. У 2009 році після появи книжки Дена Сенора й Сола Сінгера «Start-Up Nation» цей образ отримав сильну символічну формулу: Ізраїль почали описувати як економічне диво, де нестача ресурсів, воєнна напруга й малий внутрішній ринок трансформуються в підприємницьку енергію та інженерну винахідливість. Після вступу до ОЕСР у 2010 році Ізраїль все більше сприймався як виняткова технологічна історія та як міжнародний гравець у клубі розвинених націй з інституційними вимірами.

Після 2014–2021 років медійний акцент поступово посилюється навколо масштабу, капіталізації та глобального впливу ізраїльських високих технологій . Якщо раніше Ізраїль описували переважно як «країну стартапів», то ближче до 2021 року дедалі частіше з’являється формула переходу від «Start-Up Nation» до «scale-up nation». Медійна увага почала зосереджуватися не лише на молодих компаніях, але й на великих технологічних платформах, «єдинороги», рекордні інвестиційні раунди й здатність виходити на світові ринки. У 2021 році ізраїльський технологічний сектор залучив рекордні 25,4 млрд доларів, а кількість компаній з оцінкою понад 1 млрд доларів різко зросла, що закріпило образ Ізраїлю як країни з надзвичайно щільною венчурною екосистемою. Після 2022 року тон почав змінюватися — зростання вартості глобального капіталу, падіння оцінок технологій, колапс Silicon Valley Bank та війна після жовтня 2023 року змінили сприйняття ізраїльської економіки з великої інновації на вразливу.

2.3. Соціокультурне відображення країни

Соціокультурне представлення Ізраїлю в світових та українських медіа конструюється як багатошарова система образів та інформації, в якій держава

постає як політична фігура або військовий актор, а також як сховище культурної пам'яті, травматичного досвіду, релігійної символіки, медійної сучасності, музичної дипломатії, візуального визнання та цифрової самопрезентації. У таких зображеннях Ізраїль часто представлений через напругу між відкритістю та обороннiстю: з одного боку, це суспільство з потужною енергією поп-культури, телесеріалами, музичними конкурсами, стартаповою молоддю, міським стилем Тель-Авіва, видимістю ЛГБТ, багатомовністю, фестивальною культурою та глобальними стрімінговими платформами; з іншого боку, це країна, чия культурна мова зазвичай читається через військові події, палестинське питання, пам'ять про Голокост, релігійні конфлікти, регіональну ізоляцію, безпекову тривогу та міжнародні протести. Медіа рідко дозволяють ізраїльському культурному образу залишатися «звичайним»: навіть пісня, серіал, інтерв'ю з артистом, фестивальний жест або цифровий тренд швидко набувають політичного характеру. Саме тому соціокультурне представлення Ізраїлю настільки щільно насичене: приватна біографія артиста може бути сприйнята як знак державної пам'яті, перемога в конкурсі може бути сприйнята як знак ліберальної відкритості та релігійного скандалу, телесеріал може стати місцем для обговорення національних травм зі світом, а молодіжна платформа може бути використана для побудови образу реальності в очах світу.

Світові медіа часто зображують Ізраїль в поєднанні технологічної сучасності та стародавньої історії, де кібербезпека стикається з древніми священними ландшафтами, сучасними клубами, військовими уніформами, сімейною пам'яттю, релігійними нормами, пляжною культурою, стартапами та сиренами повітряної тривоги. Українські медіа також мають свою чутливість до цього, під впливом війни, російської агресії, теми міжнародної підтримки та бойкотів, а також відносин між культурною присутністю держави на глобальних платформах та її політичною відповідальністю. З цієї причини образ Ізраїлю в українських медіа не є нейтральним: він проходить через питання солідарності, травми, справедливості, дипломатичних подвійних стандартів та культурної видимості під час війни.

Стаття Simona Tirocchi «*Generation Z, values, and media: from influencers to BeReal, between visibility and authenticity*» містить продуктивний підхід до розуміння того, як молодь сприймає Ізраїль не через дипломатичні канали, а через цифрові платформи, інфлюенсерів, короткі відео, стрімінгові серіали, меми, особисті історії та естетику автентичності. Авторка досліджує покоління Z, його ціннісні орієнтації, зв'язок між медіаспоживанням і уявленнями про суспільство, а також показує, що сучасні цифрові платформи стають повноцінними агентами соціалізації, майже такими ж впливовими, як родина, школа чи університет. . Тому для молоді це має вирішальне значення: вони стикаються не з аналітичними звітами чи академічними поясненнями, а з відеофрагментом, історією очевидця, емоційним коментарем блогера, кадром з протесту, частиною виступу артиста, зображенням руйнування, монтажем TikTok із символами прапора або короткою біографічною історією жертви. У такому світі Ізраїль відображається не лише у фактах, але й у способах видимості: хто плаче на камеру, хто говорить від першої особи, хто має естетично переконливий образ, хто здається "справжнім", чия травма перетворюється на контент і чия позиція сприймається алгоритмами [74].

Категорія автентичності, яку Tirocchi пов'язує з платформами на зразок BeReal, у цьому випадку набуває політичного виміру. Аудиторія прагне бачити «непоставлене» життя, але соціальні платформи швидко перетворюють навіть спонтанність на жанр. Ізраїльські користувачі можуть показувати бомбосховища, військову мобілізацію, родини заручників, повсякденність під загрозою; палестинські користувачі – втрати, руйнування, переміщення, лікарні, нестачу води й електрики. Молодіжне медіасприйняття працює через емоційну близькість, а не через дипломатичну дистанцію. Українські молоді аудиторії, які самі живуть із досвідом війни, особливо чутливо реагують на такі цифрові образи: вони зчитують у них знайомі мотиви страху, витривалості, втрати дому, боротьби за голос у глобальному інформаційному просторі. Саме так соціокультурна репрезентація Ізраїлю переходить із площини офіційної новини

в площину цифрової інтимності, де політичне судження часто народжується з короткого візуального контакту.

У статті Yehonatan Abramson і Galia Press-Barnathan 2024 року «*Laundry-on-Air: Cultural Intimacy and the Transnational Circulation of Popular Culture*» ізраїльська культура аналізується через феномен міжнародної циркуляції фільмів і серіалів, які торкаються конфліктних, травматичних або внутрішньо болючих тем. Автори показують, що коли культурний продукт, створений усередині країни, виходить на глобальну аудиторію, він перестає бути лише внутрішньою розмовою суспільства із самим собою. Він починає працювати як зовнішня репрезентація нації, її моральних слабких місць, страхів, суперечностей, невирішених конфліктів і приватних травм. Для Ізраїлю це особливо чутлива ситуація, бо популярна культура часто торкається армії, окупації, тероризму, пам’яті, родинних втрат, внутрішньої поляризації, релігійної напруги, арабо-єврейських відносин, травми військової служби. Коли такі сюжети дивляться лише всередині країни, вони можуть виконувати функцію саморефлексії, навіть болючого, але свого діалогу [75].

Коли ж вони з'являються на Netflix або на міжнародних фестивалях чи на глобальних критичних платформах, відбувається те, що автори називають «виносити брудну білизну на публіку». Ізраїльська аудиторія може реагувати гостро, тому що зовнішній глядач отримує доступ до «культурної інтимності»: місць в ізраїльському народі, де нація знає свою вразливість, але не завжди готова бачити це в руках зовнішнього коментатора. У міжнародних медіа ці продукти часто розглядаються як свідчення відкритості ізраїльського суспільства: воно здатне знімати власні травми, сумніви, моральні дилеми та внутрішні розколи. В Ізраїлі цей продукт може сприйматися як нелояльність, самокритика та шкода міжнародному іміджу або порушення групових норм. Українські медіа часто розглядають ізраїльські фільми та серіали через призму війни та власних розмов про те, що можна ділитися зі світом, як говорити про травму, де проводиться межа між художньою чесністю та ідеологічним маніпулюванням. З цим ізраїльська популярна культура стає не просто чужим

кейсом для українського інформаційного простору, а дзеркалом подібних страхів: як говорити про війну так, щоб не втратити людську правду і не дати ворогу готовий матеріал для спотворення.

Матеріал Юрія Свиридюка «*Між сценою і політикою: що відбувається з Ізраїлем на «Євробаченні»*«, опублікований 6 березня, вводить соціокультурну репрезентацію Ізраїлю в українських медіа через одну з найпомітніших сцен попкультурної дипломатії – «Євробачення». У цьому тексті Ізраїль постає як країна, чия конкурсна історія майже від самого початку була вплетена в політичні реакції, цензурні жести, релігійні суперечки, протестні акції та конфлікти довкола палестинського питання. Епізод 1978 року з перемогою гурту Alphabeta й реакцією йорданського телебачення, яке перервало трансляцію та фактично приховало ізраїльську перемогу, показує, що культурна присутність Ізраїлю на міжнародній сцені давно сприймається не лише як музична подія. Вона стає знаком дипломатичного визнання або невизнання, символічної видимості або спроби витіснення. Перемога Дани Інтернешнл у 1998 році відкриває інший вимір: Ізраїль починає репрезентуватися як простір ліберальної сцени, де трансгендерна артистка може перемогти на великому європейському конкурсі, але всередині країни це викликає різку реакцію ортодоксальних політичних і релігійних кіл. Тут соціокультурний образ розщеплюється: для світської й ліберальної аудиторії це знак відкритості, для консервативного середовища – виклик традиційній нормі [76].

Далі Свиридюк переходить до 2019 року, коли проведення конкурсу в Тель-Авіві супроводжувалося протестами, жестом ісландського гурту Hatari з палестинськими символами та виступом Мадонни з танцівниками, на спинах яких були прапори Ізраїлю й Палестини. Так «Євробачення» стає сценою, де попкультура не приховує політики, а виводить її в максимально видиму форму. Після 7 жовтня 2023 року ізраїльські пісні, за логікою матеріалу, починають сприйматися крізь воєнну тематику, навіть коли формально залишаються в межах правил аполітичності.

Історична динаміка соціокультурного образу Ізраїлю після 2008–2010 років помітно залежала від подій, у яких культура, пам’ять і повсякденна символіка швидко втягувалися в поле міжнародного конфлікту. Операція «Литий свинець» у секторі Гази 2008–2009 років стала одним із моментів, після якого у світових медіа посилилася репрезентація Ізраїлю як держави, чия культурна модерність постійно перебуває під тиском воєнної візуальності. Образ Тель-Авіва як середземноморського міста свободи, нічного життя, технологічної молоді й мистецьких просторів почав дедалі частіше співіснувати з кадрами руйнувань у Газі, дискусіями про пропорційність сили, протестами біля ізраїльських посольств і кампаніями культурного бойкоту. У цей період зростає видимість руху BDS, який переводить палестино-ізраїльський конфлікт у сферу університетів, фестивалів, концертів, книжкових подій, музейних програм і академічних обмінів. Для соціокультурної репрезентації це означало зміну самої рамки сприйняття: ізраїльський фільм, виступ музиканта, гастролі театру або участь митця в міжнародній події дедалі частіше оцінювалися не лише за художніми ознаками, а через політичну біографію держави. Після інциденту з флотилією «Маві Мармара» 2010 року напруження у відносинах Ізраїлю з Туреччиною додало до цього образу ще один регістр: у медіа Ізраїль почав поставати як країна, конфлікт якої виходить за межі палестинського питання й зачіпає пам’ять про колишні партнерства, ісламський світ, гуманітарну риторику та дипломатичну репутацію.

Період 2014–2021 років поглибив цю суперечливу репрезентацію, бо кожна нова ескалація в Газі або Єрусалимі виводила ізраїльський соціокультурний образ із площини повсякденної модерності в площину історичної пам’яті, релігійної належності й травматичного співіснування. Війна в Газі 2014 року посилила у світових медіа візуальне протиставлення двох просторів: ізраїльських міст із системами оповіщення, бомбосховищами й цивільною мобілізацією та палестинських кварталів із руйнуваннями, втратами й гуманітарною катастрофою. У соціокультурному вимірі це вплинуло на сприйняття ізраїльської публічної культури: навіть ті сюжети, які стосувалися

музики, кіно, літератури або міського стилю життя, дедалі частіше супроводжувалися питанням про моральну ціну безпеки. Події довкола Єрусалима, зокрема перенесення посольства США у 2018 році, також змінили медійний фокус. Місто почало ще сильніше з'являтися як символ не лише юдейської історичної пам'яті, а й християнської та мусульманської сакральності, через що будь-який культурний жест навколо Єрусалима автоматично отримував релігійно-історичне напруження. Українські медіа в цей час часто дивилися на Ізраїль крізь власний досвід війни після 2014 року: теми армії, цивільної оборони, пам'яті, інформаційної боротьби й національної стійкості ставали ближчими, зрозумілішими, емоційно впізнаваними. Через це образ Ізраїлю в українському просторі не зводився до західної схеми «ліберальна демократія проти окупаційної політики».

Після 2021 року, а особливо після атаки ХАМАС 7 жовтня 2023 року та подальшої війни в Газі, соціокультурна репрезентація Ізраїлю стала значно жорсткішою, емоційнішою й поляризованішою. Якщо раніше медіа ще могли тримати поруч кілька образів: стародавня земля, ліберальний Тель-Авів, країна серіалів, армійської пам'яті, стартапової молоді й релігійних свят, то після 2023 року воєнний дискурс почав перекривати майже всі інші компоненти. Культурна видимість Ізраїлю на фестивалях, конкурсах, у музеях, університетах і соціальних мережах стала полем зіткнення пам'ятей: ізраїльська травма масового вбивства, заручників і страху перед повторенням історичного знищення зустрілася з палестинською травмою блокади, руйнувань, втрати дому й цивільних смертей. У світових медіа це створило образ країни, яка водночас говорить мовою жертви, оборони, державної сили та культурної самопрезентації, через що її соціокультурне сприйняття стало майже неможливо відокремити від моральної дискусії про межі насильства. Для українських медіа цей період мав додаткову чутливість, Україна сама перебувала у війні, тому ізраїльський досвід заручників, ракетних атак, родинної втрати й цифрової мобілізації співвідносився з українською воєнною повсякденністю.

РОЗДІЛ 3.
АРАБО-ІЗРАЇЛЬСЬКИЙ КОНФЛІКТ У МЕДІАРЕПРЕЗЕНТАЦІЇ ІЗРАЇЛЮ

3.1. Висвітлення ізраїльсько-палестинського конфлікту у 2008–2022 років як чинник формування образу Ізраїлю

Ізраїльсько-палестинський конфлікт у медійному полі 2008–2022 років постає як тривалий процес символічного конструювання політичної реальності: воєнні епізоди, дипломатичні заяви, кадри руйнувань, повідомлення інформаційних агентств і короткі цифрові меседжі формували не просто новинний потік, а стійку систему образів, через яку світова аудиторія сприймала Ізраїль, Палестину, Газу, Єрусалим, ХАМАС, ізраїльську армію та цивільне населення по обидва боки лінії насильства. Після операції «Cast Lead» 2008–2009 років медіарепрезентація конфлікту дедалі виразніше зміщувалася від класичної газетної хроніки до багатоканального інформаційного середовища, де телевізійний репортаж співіснував із Twitter, Facebook, YouTube, офіційними акаунтами міністерств, волонтерськими сторінками та емоційно зарядженими фотографіями [63, с. 172].

Саме тому арабо ізраїльський конфлікт у медіарепрезентації Ізраїлю варто розглядати через історичну пам’ять регіону, зокрема війна 1948 року, травматичний досвід переміщення палестинців, Шестиденна війна 1967 року, інтифади, Oslo Accords, блокада Гази після 2007 року – усі ці пласти входили в новини навіть тоді, коли журналіст описував один конкретний авіаудар або одну ракетну атаку. У світових медіа 2008–2022 років конфлікт часто подавався через дві оптики: безпекову, де Ізраїль фігурував як держава під загрозою ракетних обстрілів, і гуманітарну, де палестинське населення поставало через мову жертв, руйнування житла, лікарень, шкіл, інфраструктури. Українські медіа, особливо в період до 2014 року, здебільшого працювали з матеріалами міжнародних агентств і телеканалів, тому в їхніх текстах відчувалася залежність від зовнішньої термінології: «militants», «civilians», «air strikes», «rocket fire»,

«ceasefire», «occupation», «self defense». Після 2014 року українське сприйняття ізраїльсько-палестинського конфлікту набуло додаткової чутливості: власний досвід війни, окупації, інформаційних операцій і боротьби за міжнародну підтримку змінював тональність українського журналістського бачення. Ізраїльська комунікація, описана в праці Ilan Manor і Rhys Crilley *«Visually framing the Gaza War of 2014: The Israel Ministry of Foreign Affairs on Twitter»*, демонструє, як держава переводила воєнну подію в систему візуальних фреймів: дитина в укритті, карта ракетних обстрілів, інфографіка про ХАМАС, фото цивільних районів Ізраїлю. Такий візуальний ряд працював майже миттєво: він не чекав аналітичної статті, він входив у стрічку новин як готова інтерпретаційна матриця.

У війні 2014 року особливо помітним стало те, що світова журналістика вже не отримувала подію в «чистому» вигляді: вона приходила разом із підготовленими зображеннями, статистикою, картами, хештегами, дипломатичними формулами та моральними маркерами. Manor і Crilley, аналізуючи 795 твітів МЗС Ізраїлю, показали логіку державної цифрової дипломатії, де Twitter виконував функцію швидкої візуальної лабораторії: за кілька секунд аудиторія бачила не лише факт атаки чи обстрілу, а композиційно завершену відповідь на питання, хто є нападником, хто обороняється, хто становить загрозу для цивільних, хто апелює до міжнародного права. Назва їхньої праці – *«Visually framing the Gaza War of 2014: The Israel Ministry of Foreign Affairs on Twitter»* – сама по собі вказує на зсув від вербальної дипломатії до зорової політики, де кадр стає аргументом, а інфографіка працює як стислий дипломатичний документ.

Ізраїльська сторона активно використовувала образ «defensive democracy»: держава, що пояснює свою військову дію через необхідність захисту населення. У такій комунікації ХАМАС подавався через образ асиметричної загрози: ракети, тунелі, використання густонаселених районів, небезпека для ізраїльських міст. Палестинська перспектива у світових медіа будувалася інакше: камера часто зупинялася на руїнах, лікарнях, похоронах, обличчях дітей, густоті

міського простору Гази, де кожна військова дія набувала видимого гуманітарного виміру. Саме зіткнення цих двох візуальних режимів формувало нерв медійного висвітлення: ізраїльська держава прагнула говорити мовою безпеки, палестинський досвід входив у новини мовою тілесної вразливості й просторової замкненості. Українські медіа в цей період часто відтворювали матеріали Reuters, BBC, AP, AFP, Al Jazeera, а тому їхній дискурс залежав від джерела первинної інформації. Повідомлення, побудоване на ізраїльському офіційному джерелі, природно концентрувалося на ракетних обстрілах і загрозі тероризму; матеріал, узятий із Al Jazeera або гуманітарних організацій, більше фокусувався на палестинських жертвах, блокаді, нерівності військових ресурсів. Унаслідок цього український читач отримував конфлікт не як єдину послідовну історію, а як мозаїку конкуруючих фреймів.

Період 2012–2014 років показав, що медіарепрезентація Ізраїлю та Палестини вже не обмежувалася професійними редакціями. У цифровому середовищі до виробництва образу долучалися громадянські ініціативи, сторінки підтримки, діаспорні мережі, волонтерські інформаційні групи, користувачі Facebook, які поширювали емоційні повідомлення, короткі відео, фото укриттів, сирен, зруйнованих кварталів, плакатні гасла й заклики до солідарності. Праця Moran Yarchi, Tal Samuel Azran і Lidor Bar David *«Facebook users' engagement with Israel's public diplomacy messages during the 2012 and 2014 military operations in Gaza»* дає матеріал для розуміння цього зламу: автори аналізували 926 дописів ініціативи Israel Under Fire і реакції користувачів, фіксуючи перетворення Facebook на майданчик напівофіційної публічної дипломатії. Така комунікація діяла інакше, ніж класична заява пресслужби [52].

Вона зверталася до емоційного сприйняття: «ми живемо під сиренами», «наші діти ховаються в укриттях», «ракетна загроза є щоденною реальністю». Для світової аудиторії це створювало персоналізований образ Ізраїлю, де держава з потужною армією показувала себе через досвід наляканого цивільного населення. Палестинські цифрові кампанії відповідали власною візуальною граматикою: кадри поранених, зруйнованих будинків, переповнених лікарень,

родинних трагедій, нічних вибухів над Газою. Так сформувалася своєрідна «битва свідчень», у якій кожна сторона намагалася довести моральну очевидність власної позиції через образ, короткий текст і масове поширення. Українські медіа 2008–2022 років поступово навчалися читати цей цифровий пласт, хоча довгий час залишалися вторинними ретрансляторами світових інформаційних потоків. До 2014 року ізраїльсько-палестинська тема в Україні часто сприймалася як віддалений близькосхідний сюжет; після початку російсько української війни редакції й аудиторія стали гостріше реагувати на лексику самооборони, окупації, міжнародного права, цивільних втрат, пропаганди та інформаційної мобілізації. Через це повідомлення про Газу, Єрусалим чи Західний берег Йордану в українському інформаційному полі набували додаткових відтінків: читач уже мав власний досвід того, як війна входить у мову новин.

У 2022 році медійне висвітлення ізраїльсько-палестинського питання залишалося залежним від редакційної культури конкретного каналу, політичної географії аудиторії та джерельної бази. Стаття Haseeb Sarwar, Afifa Tanveer Malhi та Iram Naz *«Representation of Israel and Palestine Issue in International Media: An Analysis of BBC and Al Jazeera coverage in 2022»* дає зручну оптику для порівняння BBC та Al Jazeera: у центрі аналізу перебувають способи називання сторін, добір лексики, підрахунок жертв, розмежування цивільних і бойовиків, а також баланс між ізраїльською та палестинською перспективами. BBC у подібних сюжетах тяжіла до стриманої інституційної мови, де домінували формули на зразок «clashes», «violence», «Israeli forces», «Palestinian militants», «security concerns». Така мова створювала враження редакційної нейтральності, хоча сама нейтральність часто ставала предметом дискусій: для частини аудиторії вона здавалася недостатньо чутливою до асиметрії сили, для іншої – захистом від прямої політичної ангажованості.

Al Jazeera частіше висувала на передній план палестинський досвід, зокрема окупацію, обмеження руху, жертви серед цивільних, історичну пам’ять про Nakba, життя під блокадою, міжнародно-правовий статус територій. У

такому зіставленні видно, що новина ніколи не складається лише з події: її формує порядок згадування, перша фраза, підпис під фото, вибір дієслова, джерело цитати, статистика втрат, наявність або відсутність історичного тла.

Українські медіа 2022 року перебували в особливій ситуації: повномасштабна війна росії проти України радикально змінила чутливість до понять «агресія», «оборона», «ракети», «окуповані території», «міжнародна підтримка». Через це ізраїльсько-палестинський конфлікт висвітлювався вже на тлі українського досвіду виживання під ударами, пошуку союзників і боротьби за власну суб'єктність у світовому інформаційному просторі. Частина українських матеріалів демонструвала симпатію до ізраїльського досвіду безпеки, технологічної оборони, Iron Dome, мобілізації цивільного захисту; інші тексти акцентували гуманітарну катастрофу в Газі та право палестинців на політичний голос.

У межах 2008–2022 років висвітлення ізраїльсько-палестинського конфлікту у світових та українських медіа виглядає як поступова зміна самої природи воєнної новини. На початку цього періоду домінували телерепортаж, газетна аналітика, заяви урядів і тексти агентств; ближче до 2022 року конфлікт уже існував у режимі безперервної цифрової присутності, де кожен удар, кожна сирена, кожна смерть, кожне відео з телефону швидко ставали частиною глобального емоційного обігу. Історичний шар конфлікту при цьому не зникав: 1948, 1967, 1987, 2000, 2005, 2007 роки залишалися невидимими координатами новинного тексту, навіть коли журналіст писав про події конкретного дня.

3.2. Пропагандистські та маніпулятивні практики у висвітленні конфлікту

Пропагандистські та маніпулятивні практики у висвітленні ізраїльсько-палестинського конфлікту формуються на перетині історичної пам'яті, воєнної травми, дипломатичної боротьби й цифрової інфраструктури, де новина втрачає спокійну лінійність і перетворюється на поле швидкого семіотичного тиску. Арабо-ізраїльський конфлікт у медіарепрезентації Ізраїлю з 2008 року дедалі

частіше подавався через лексику безпеки, виживання, оборони цивільного населення, протидії терористичним мережам, ракетним обстрілам і підземній інфраструктурі ХАМАС. Палестинська оптика вибудовувалася через інші нервові точки: блокада Гази, зруйнована міська тканина, переміщення родин, лікарняні коридори, похоронні процесії, досвід життя під постійним контролем і воєнною нерівністю [69].

Маніпуляція виникала саме там, де ці способи бачення навмисно обривали одна одну, коли ізраїльський безпековий аргумент подавався без палестинської гуманітарної площини, або палестинська трагедія демонструвалася без згадки про ракетні атаки, заручників, озброєні структури й тактику бойовиків. У такій побудові аудиторія бачила не конфлікт як історично нашаровану реальність, а вже очищену від незручних деталей моральну схему. Після 7 жовтня 2023 року ця логіка стала ще агресивнішою, хоча її коріння помітне в попередніх ескалаціях: 2008–2009, 2012, 2014, 2021 роках. Матеріал Associated Press «*FACT FOCUS: Misinformation about the Israel-Hamas war is flooding social media. Here are the facts*» демонструє типовий механізм цифрової дезінформації: старий відеофрагмент витягується з архіву, отримує новий підпис, іншу географію, інший політичний сенс, а потім поширюється як «доказ». Так працює не груба вигадка, а монтаж реальності: кадр справжній, біль на ньому справжній, вибух або натовп справжні, але час, місце й причина підмінені. Через це цифрова пропаганда виглядає переконливою: вона не створює світ із нуля, вона краде уламки вже наявного світу й пересаджує їх у нову ідеологічну рамку.

У медійному висвітленні конфлікту маніпуляція часто починається з мови, бо саме лексика визначає первинну моральну температуру повідомлення. Слова «terrorists», «militants», «fighters», «hostages», «martyrs», «occupation», «self defense», «massacre», «retaliation», «resistance» задають читачеві траєкторію сприйняття ще до того, як він доходить до фактичної частини тексту. У цьому сенсі пропагандистська практика не завжди має вигляд прямої брехні; інколи вона діє через вибір першого означника, через порядок цитат, через відсутність історичної довідки, через фотографію, яка емоційно сильніша за весь текст.

Якщо повідомлення починається з ракетних ударів по ізраїльських містах, то подальша військова відповідь уже читається як продовження оборонної логіки. Якщо матеріал відкривається кадрами зруйнованих кварталів Гази, то ізраїльська дія відразу входить у площину надмірної сили.

Обидві побудови здатні спиратися на факти, але кожна вирізає з реальності власну траєкторію. Саме через це медійна репрезентація Ізраїлю в арабо ізраїльському конфлікті залишається залежною від джерельної архітектури: офіційні ізраїльські заяви, палестинські медіацентри, міжнародні агентства, гуманітарні організації, очевидці, відео з телефону, Telegram канали, X акаунти, Facebook сторінки, TikTok фрагменти. AP у матеріалі *«FACT FOCUS: Misinformation about the Israel-Hamas war is flooding social media. Here are the facts»* звертає увагу на фальшиві відео, стилізовані під відомі медіа, зокрема під BBC, а це вже виводить маніпуляцію на інший рівень, адже аудиторію обманюють не лише змістом, а й оболонкою авторитету. Коли фейковий ролик отримує дизайн великої редакції, він запозичує її репутаційний капітал. Людина в стрічці не завжди перевіряє URL, монтаж, дату першої публікації, метадані, походження кадру; вона реагує на знайомий логотип, типографіку, інтонацію новинного стилю. Так формується інформаційна пастка, де довіра до журналістики використовується проти самої журналістики.

Українське інформаційне поле після 2022 року дало окремий матеріал для аналізу того, як близькосхідний конфлікт перетворюється на інструмент зовнішньої пропаганди. Публікація Лесі Бідочко та Олександра С'єдіна *«Ізраїль – держава-помилка», «у нападі ХАМАСу винні Штати», а «про Україну вже й забули»* показує, як російський агітпроп використав війну між Ізраїлем і ХАМАС не лише для дискредитації Ізраїлю, а й для удару по Україні, США та західній коаліції. У такій схемі Близький Схід стає не самостійною темою, а матеріалом для чужої психологічної операції: українській аудиторії нав'язується думка, що світ нібито перемкнув увагу, допомога Україні скоротиться, Захід керує хаосом, а українська зброя нібито опинилася в руках ХАМАС [45, с. 203].

Це показує дуже характерний прийом сучасної пропаганди, коли одна війна використовується для деморалізації суспільства, яке переживає іншу війну. Фактологічна основа тут другорядна; головне – емоційний удар по відчуттю підтримки, довіри й міжнародної суб'єктності. Російські наративи працювали через кілька каналів: конспірологію про США, демонізацію Ізраїлю, звинувачення України в незаконному продажі зброї, твердження про втрату інтересу до українського спротиву. Усе це вкладалося в ширшу історичну лінію радянської та пострадянської антизахідної риторики, де Близький Схід часто подавався як доказ «подвійних стандартів» Заходу. Для українських медіа така ситуація стала випробуванням редакційної точності: повідомляти про ізраїльсько-палестинський конфлікт доводилося так, щоб не підсилювати російські інформаційні конструкції, не перетворювати трагедію іншого регіону на матеріал для внутрішньої паніки й не втрачати історичну складність самої теми. Тут медіаграмотність перетворюється на форму інформаційної гігієни: перевірка походження кадру, джерела цитати, авторства відео, дати публікації, первинного контексту повідомлення.

Цифрова пропаганда навколо Гази та Ізраїлю у 2020-х роках набуває вигляду боротьби за алгоритмічну видимість. Матеріал Al Jazeera Centre for Studies «*Digital Occupation: Pixelated Propaganda, Censored Platforms and the Battle for Narrative in Gaza*» репрезентує палестиноцентричне бачення цієї боротьби, де платформи, цензура, shadow banning, хештеги, візуальна драматизація та персоналізація жертв розглядаються як частина змагання за право називати події. Такий підхід цінний для аналізу, бо він показує, що цифрове середовище не є нейтральним каналом передачі інформації. Алгоритми ранжують, приховують, підсилюють, сповільнюють, блокують, автоматично маркують контент, реагують на скарги, працюють із мовними й політичними нерівностями.

Внаслідок цього конфлікт існує не лише на землі, у дипломатичних заявах або телевізійних студіях, а й у прихованій інфраструктурі платформ. Те, що потрапляє в рекомендації, стає видимим; те, що зникає через модерацію, втрачає

присутність; те, що отримує емоційно сильний підпис, рухається швидше за стриману аналітику. Пропагандистська техніка тут часто працює через спрощення: складна історична хронологія стискається до бінарної формули «жертва – агресор», «оборона – терор», «окупація – спротив», «цивілізація – варварство». Такі формули легкі для поширення, бо вони не потребують довгого читання. Вони діють як гасла, пристосовані до мобільного екрана. У цьому режимі фото дитини, карта обстрілів, кадр із лікарні, відео з полону, уламок ракети, плакат із хештегом стають знаками, що замінюють собою всю історію. Для медіарепрезентації Ізраїлю це означає постійну конкуренцію між образом технологічно сильної держави та образом суспільства, яке перебуває під загрозою. Для палестинської репрезентації – між образом цивільного страждання та підозрою, що гуманітарна риторика може бути використана озброєними структурами для власної легітимації. Саме в цьому напруженні народжується простір маніпуляцій.

3.3. Вплив конфлікту на міжнародний імідж Ізраїлю

Міжнародний імідж Ізраїлю після 7 жовтня 2023 року пережив різкий історичний перелом: спочатку світова реакція була позначена шоком від атаки ХАМАС, співчуттям до загиблих, увагою до заручників і відчуттям безпекової вразливості ізраїльського суспільства, але подальша війна в Газі поступово змінила оптику глобального сприйняття. Держава, яка на початку постала перед багатьма аудиторіями як жертва масштабного терористичного нападу, дуже швидко опинилася під тиском іншого візуального й морального ряду: руйнування міських кварталів, тисячі цивільних смертей, евакуація населення, удари по інфраструктурі, лікарні, табори переміщених осіб, голод, травмовані діти [58, с. 294].

В медійному образі Ізраїлю зіткнулися дві лінії: пам’ять про Голокост, війни 1948, 1967, 1973 років, досвід терористичних атак і потреба безпекового захисту; поруч із цим – сприйняття Ізраїлю як військово потужної держави, що контролює простір, кордони, технологічну перевагу й ритм силової відповіді.

Саме тому теза Yasmeen Serhan у матеріалі *«How Israel and Its Allies Lost Global Credibility»* про *«generational damage»* звучить як позначення тривалого репутаційного надлому: ідеться не лише про короткочасну хвилю критики, а про зміну ставлення молодших аудиторій, університетських середовищ, правозахисних груп, частини ліберальних виборців у США та Європі. Для арабо ізраїльського конфлікту в медіарепрезентації Ізраїлю це означає втрату монополії на мову самозахисту: образ держави, що обороняється, дедалі частіше супроводжується образом держави, дії якої перевіряються через гуманітарне право, пропорційність сили й ціну воєнної операції для цивільного населення.

Матеріал CSIS *«Gaza Through Whose Lens?»* точно фіксує механіку цього іміджевого зламу: перші тижні після атаки 7 жовтня американське медійне поле значною мірою відтворювало солідарність з Ізраїлем, акцентувало жорстокість нападу, трагедію заручників, травматичний удар по ізраїльській безпеці, але зі зростанням кількості жертв у Газі новинний фокус почав зміщуватися. Візуальний потік війни працював сильніше за дипломатичні формули. Кожен кадр зруйнованого району, кожне повідомлення про цивільні втрати, кожна суперечка навколо гуманітарного доступу підточували той стартовий капітал співчуття, який Ізраїль отримав після атаки ХАМАС. Тут добре видно, що міжнародний імідж держави у XXI столітті формується не лише через офіційні заяви, пресконференції, виступи прем'єра чи дипломатів. Його формують мобільні відео, супутникові знімки, заяви ООН, репортажі з лікарень, студентські протести, пости журналістів, реакції знаменитостей, позиції університетів, рішення урядів про постачання зброї. Ізраїльська інформаційна стратегія намагалася втримати зв'язок між 7 жовтня та всією подальшою військовою кампанією, подаючи дії армії як продовження боротьби проти ХАМАС. Проте світова аудиторія дедалі частіше бачила не лише безпекову логіку, а й матеріальну ціну цієї логіки: знищені будинки, переміщені сім'ї, відсутність базових ресурсів, страх перед нескінченним bombardment. У результаті імідж Ізраїлю став подвійним: для одних він залишився символом держави, яка бореться за виживання після кривавої атаки; для інших – образом

військової сили, що втратила моральну переконливість через масштаб руйнувань у Газі [47].

Дані Gallup, наведені в матеріалі TIME, посилюють цю картину: у США підтримка ізраїльських дій у Газі знизилася від переваги схвалення в листопаді 2023 року до переваги несхвалення в березні 2024 року. Така зміна показує не просту втому аудиторії від війни, а трансформацію самого способу оцінювання Ізраїлю. Американське суспільство довго залишалося одним із найстійкіших середовищ підтримки ізраїльської державності, що спиралося на політичне партнерство, військове співробітництво, пам’ять про Голокост, спільну безпекову риторику та вплив єврейської діаспори. Проте війна в Газі активізувала поколіннявий розлам: старші групи частіше зберігали прихильність до ізраїльської безпекової аргументації, молодші аудиторії гостріше реагували на палестинські цивільні втрати, лексику прав людини, антиколоніальні інтерпретації, візуальні свідчення з місця подій.

У цьому сенсі формула *«How Israel and Its Allies Lost Global Credibility»* працює не тільки щодо Ізраїлю, а й щодо його союзників, насамперед США, які одночасно підтримували право Ізраїлю на самооборону й намагалися говорити мовою гуманітарних обмежень. Для багатьох аудиторій така позиція виглядала суперечливою: декларації про захист цивільних співіснували з військовою, дипломатичною та політичною підтримкою ізраїльської кампанії. Саме ця суперечність посилила кризу довіри. Імідж Ізраїлю почав впливати на імідж його партнерів, а репутація партнерів поверталася назад до сприйняття Ізраїлю. У медійному просторі виник замкнений контур: критика війни в Газі переходила в критику американської зовнішньої політики, критика США підсилювала дискусії про легітимність ізраїльських дій.

Внутрішній політичний вимір також впливає на міжнародний образ Ізраїлю, бо глобальна аудиторія сприймає державу через конкретних лідерів, партійні коаліції, урядові рішення, риторику міністрів, тон заяв армії та дипломатичну поведінку. Pew Research Center у матеріалі *«Views of Israeli and Palestinian political leaders»* подає соціологічну рамку, яка показує внутрішню

поляризацію: у 2025 році Біньямін Нетаньягу всередині Ізраїлю мав 45% позитивних і 53% негативних оцінок. Ці цифри демонструють, що репутаційна криза не обмежується зовнішньою критикою. Усередині самого Ізраїлю політичне керівництво сприймається неоднорідно: частина суспільства бачить у жорсткій лінії гарантію виживання, інша частина пов’язує з урядом дипломатичну ізоляцію, затягування війни, травму заручників, напругу з союзниками й поглиблення внутрішнього розколу [66].

Для міжнародного іміджу така ситуація створює додаткову складність: критика Ізраїлю дедалі частіше персоніфікується через критику Нетаньягу, правої коаліції, рішень військово політичного кабінету. Образ країни починає зливатися з образом уряду, хоча ізраїльське суспільство значно ширше за політичну лінію одного кабінету. У світових медіа це розрізнення часто втрачається: заголовки скорочують реальність, соціальні мережі загострюють оцінки, а протестні рухи працюють із сильними символами. Через це Ізраїль у міжнародній уяві дедалі частіше постає через фігуру урядової сили, а не через складну внутрішню мозаїку суспільства, де існують родини заручників, антивоєнні голоси, військові резервісти, праві мобілізаційні групи, ліберальні активісти, релігійні партії, світські протестні середовища й травмовані прикордонні громади.

РОЗДІЛ 4.
ЦИФРОВІ МЕДІА ТА ТРАНСФОРМАЦІЯ ОБРАЗУ ІЗРАЇЛЮ У 2020-х роках

4.1. Виклики для образу Ізраїлю в цифровому медіасередовищі

Цифрові медіа у 2020-х роках різко змінили умови, в яких формується образ Ізраїлю, оскільки тепер державна репутація живе не тільки в дипломатичних заявах, телесюжетах чи редакційних колонках, а в нескінченному русі платформ, де фото, відеофрагмент, meme, screenshot, AI-generated image, короткий підпис і хештег здатні за кілька годин обійти національні кордони швидше, ніж офіційне спростування. Ізраїль, який десятиліттями вибудовував зовнішній образ через категорії безпеки, технологічної модерності, демократичного устрою, військової ефективності й історичної пам'яті про катастрофу європейського єврейства, у цифровому середовищі опинився перед новим типом репутаційного тиску.

Війна в Газі після 7 жовтня 2023 року показала, що державна комунікація вже не контролює темп появи символів: кадри руйнувань, повідомлення про цивільні втрати, історії заручників, відео з підвалів, знімки евакуації, пости лікарів, дописи журналістів, фрагменти з Telegram і TikTok вступають у безперервне змагання за емоційну першість. У такому середовищі арабо-ізраїльський конфлікт у медіарепрезентації Ізраїлю перестає бути лише темою міжнародної журналістики; він перетворюється на цифровий конфлікт образів, де кожна сторона намагається закріпити за собою моральний наратив ще до того, як аудиторія встигає перевірити джерела. Історична глибина конфлікту при цьому стискається до секундного візуального сигналу зокрема через такі прояви, як звуки сирени в ізраїльському місті, зруйнована вулиця Рафаха, обличчя заручника, уламки будинку, колона переміщених людей. Саме така швидкість створює для Ізраїлю найбільшу складність, у той час як держава звертається до тривалої історії самооборони, тероризму, ворожого оточення, досвіду війни 1948 року, Шестиденної війни, інтифад і постійної ракетної загрози, тоді як цифрова

аудиторія часто реагує на один кадр, одну фразу, один viral image. Матеріал The Guardian *«CNN staff say network's pro-Israel slant amounts to 'journalistic malpractice'»* показує, що боротьба за образ Ізраїлю тепер відбувається навіть усередині великих західних редакцій: журналісти й працівники медіа публічно сперечаються про лексику, порядок подачі, джерела, симетрію жертв і межі редакційної нейтральності [55, с. 94].

Проблема образу Ізраїлю в цифровому медіасередовищі тісно пов'язана з кризою довіри до професійних редакцій. Якщо у другій половині XX століття міжнародна аудиторія здебільшого отримувала інформацію про арабо-ізраїльський конфлікт через кілька впливових телеканалів, газет і агентств, то у 2020-х роках кожен великий newsroom існує під наглядом мільйонів користувачів, активістських мереж, незалежних журналістів, фактчекерів, блогерів і внутрішніх критиків. Стаття The Guardian *«CNN staff say network's pro-Israel slant amounts to 'journalistic malpractice'»* добре демонструє цей злам, оскільки в такому разі сама редакційна політика стає об'єктом публічного розслідування, а образ Ізраїлю формується вже не лише через репортажі про бойові дії, а через суперечки довкола того, чи справедливо медіа називає окупацію, блокаду, тероризм, атаку, самооборону, гуманітарну катастрофу, civilian deaths. Для Ізраїлю це створює ситуацію подвійного тиску.

З одного боку, будь-яке надто різке звинувачення в бік ізраїльської армії сприймається прихильниками Ізраїлю як недооцінка травми 7 жовтня, загрози ХАМАС і досвіду заручників. З іншого боку, обережна мова великих медіа щодо палестинських втрат дедалі частіше трактується критиками як прихована підтримка сильнішої сторони. Так цифрове середовище розкладає редакційну нейтральність на дрібні частини: дієслово, заголовок, фото, місце цитати, кількість слів про ізраїльську та палестинську перспективи. У старій медіалогіці такі рішення залишалися всередині редакції; тепер вони стають матеріалом для масового обговорення. Історична пам'ять конфлікту тут теж працює фрагментарно: одні користувачі нагадують про ХАМАС, атаки на цивільних, антисемітизм, небезпеку для єврейських громад; інші повертають розмову до

Nakba, поселень, Західного берега Йордану, блокади Гази, нерівності доступу до води, медицини й пересування. Образ Ізраїлю в таких умовах формується не лінійно, а через постійне зіткнення пам'ятей, де кожна публікація запускає новий цикл звинувачень, уточнень, спростувань і моральних інтерпретацій.

Візуальна культура платформ стала для Ізраїлю одним із найгостріших репутаційних викликів, бо сучасна аудиторія дедалі частіше сприймає війну через образ, а не через аналітичний текст. Матеріал The Guardian *«All eyes on Rafah: how AI-generated image swept across social media»* показує, як AI-generated image із написом «All eyes on Rafah» перетворився на глобальний символ співчуття палестинцям і критики ізраїльських дій. Його сила полягала не в документальній точності, а в емоційній простоті: наметове поле, впізнаваний напис, м'яка візуальна стилізація, відсутність надмірно травматичного зображення, придатність до масового поширення в Instagram stories, TikTok, X. Для цифрової епохи це показовий момент, оскільки він засвідчує, що символ політичної солідарності здатен виникнути поза редакціями, партіями, дипломатичними структурами й професійними медіа. Його запускає невеликий акаунт, потім алгоритми підхоплюють взаємодію, знаменитості додають власну аудиторію, мільйони користувачів повторюють один і той самий знак, і за короткий час образ держави змінюється під тиском візуальної хвилі [70].

Для Ізраїлю така ситуація незручна через асиметрію пояснення, яка полягає в тому, що військова операція потребує довгого обґрунтування, посилань на безпекові дані, карти тунелів, аргументи про ХАМАС, розмови про заручників, правила ведення війни; натомість viral image працює миттєво, без довгого синтаксису й без складної причинності. Це не означає, що зображення саме по собі дає повну картину; воно діє як емоційний каталізатор, у якому палестинська трагедія отримує просту форму для колективного повторення. Історично Ізраїль звик працювати з образом технологічної переваги, армійської точності, захисту цивільних через Iron Dome, emergency alerts, intelligence operations. У 2020-х роках ця комунікаційна модель підпадає під вплив іншої логіки сприйняття. Адже глобальна аудиторія часто не бачить технологічну

аргументацію як знак безпеки, вона бачить у ній знак військової нерівності. Саме тому цифровий образ Ізраїлю стає суперечливим: high technology, яка в ізраїльській риториці означає захист, у частини глобальної аудиторії асоціюється з контролем, surveillance, targeting, блокуванням простору й дистанційною силою.

Теоретичний вимір цієї проблеми добре окреслює стаття Journal of Communication *«The visual nature of information warfare: the construction of partisan disinformation narratives*», де сучасна інформаційна війна розглядається через домінування візуальних ланцюгів: картинки, короткі відео, емоційні монтажі, меми, підмінені підписи, повторне використання старих кадрів, навмисне зміщення географії та часу. Для образу Ізраїлю це означає, що репутація держави у 2020-х роках залежить не лише від того, що сказав уряд, прем'єр, речник армії чи посол. Вона залежить від того, як конкретний фрагмент рухається через TikTok, X, Telegram, Instagram; хто першим додав підпис; які акаунти його підхопили; чи встиг фактчекінг наздогнати поширення; чи став кадр частиною більшого partisan narrative.

В такій системі навіть правдиве зображення втрачає стабільність, оскільки його вирізають, уповільнюють, поєднують з іншим звуком, ставлять поруч із чужою датою, вписують у морально готову історію. Для Ізраїлю це створює постійну загрозу репутаційного дрейфу, коли окрема подія починає жити окремо від джерела, перевірки й повної хронології. Історично ізраїльська держава вибудовувала міжнародний образ через дипломатію, військову співпрацю, інноваційну економіку, кібербезпеку, медицину, стартап культуру, пам'ять про Голокост, боротьбу з тероризмом. Цифрова війна зменшує вагу таких довгих іміджевих конструкцій у момент гострої ескалації, бо алгоритмічна стрічка живе не репутаційним архівом, а інтенсивністю реакції. Кадр із лікарні, відео з полону, скриншот заголовка, карта обстрілу або фото мертвої дитини здатні тимчасово перекрити роки дипломатичної праці. У цьому середовищі державна комунікація вимушено переходить до режиму постійної відповіді: пояснити, спростувати, надати власне відео, показати карту, опублікувати англомовний thread,

звернутися до міжнародних журналістів, запустити targeted messaging. Проте така швидкість виснажує довіру: надмірна кількість офіційних пояснень інколи сприймається аудиторією як defensive propaganda, а мовчання – як визнання провини [49].

Цифрові медіа та трансформація образу Ізраїлю у 2020-х роках демонструють глибоку зміну самої природи міжнародної репутації. Раніше імідж держави накопичувався поступово: дипломатичні союзи, культурна присутність, військова допомога, економічна привабливість, історичні наративи, авторитет лідерів, публічна дипломатія. Тепер він постійно переписується під тиском платформи, viral символу, внутрішньої критики редакцій, алгоритмічного просування, візуальної дезінформації та глобальної аудиторії, яка бере участь у конфлікті через лайк, репост, сторіз, коментар, донат, бойкот або публічне засудження. Для Ізраїлю цей процес особливо болісний, бо його міжнародний образ завжди тримався на напруженому поєднанні сили й вразливості: сильна армія, розвинена intelligence infrastructure, technological innovation, підтримка США, поруч із пам'яттю про переслідування, теракти, ракетні атаки, загрозу знищення. У цифровій культурі така подвійність часто розпадається. Алгоритм любить чисті емоційні форми: жертва, агресор, заручник, дитина, руїна, ракета, прапор, гасло.

4.2. Публічна дипломатія, соціальні мережі та нові комунікаційні стратегії Ізраїлю

Публічна дипломатія Ізраїлю у цифрову добу сформувалася на перетині воєнної комунікації, репутаційного менеджменту, кризового PR, візуального сторітелінгу та зовнішньополітичної легітимації. У 2010-х роках держава поступово відійшла від моделі повільної дипломатичної заяви, розрахованої на редакції, посольства й міжнародні організації, і перейшла до ритму платформ, де повідомлення живе хвилинами, а інтерпретація події виникає ще до завершення самої події. Праця Ilan Manor і Rhys Crilley *«Visually framing the Gaza War of 2014: The Israel Ministry of Foreign Affairs on Twitter»* добре показує ранню форму цієї

трансформації: МЗС Ізраїлю у Twitter діяло як інституція, що не лише інформує про війну, а виробляє впізнавану зорову граматику державного самопояснення. Фото укриттів, графіка ракетних обстрілів, інфографіка про тунелі, образ цивільного населення під загрозою, повторювані формули про самооборону створювали цілісний символічний ряд.

Через нього Ізраїль подавав себе як держава, що реагує на насильство, захищає громадян, говорить мовою міжнародної аудиторії й прагне випередити чужу інтерпретацію. Така публічна дипломатія вже не нагадувала класичний дипломатичний протокол: вона працювала як комунікаційна система швидкого реагування, де кожен tweet, image, hashtag, visual frame входив у ширшу боротьбу за моральну читабельність воєнної дії. Історичне тло тут постійно відчутне: досвід війн 1948, 1967, 1973 років, теракти, інтифади, ракетні атаки, пам'ять про Голокост і страх перед фізичним знищенням перетворювалися на підтекст, який ізраїльська комунікація вшивала в короткі цифрові повідомлення. Для глобальної аудиторії це створювало образ країни, що поєднує військову силу з дискурсом вразливості. Саме ця подвійність стала ядром цифрової дипломатії Ізраїлю: говорити мовою сили, але показувати себе через цивільну небезпеку; демонструвати технологічну спроможність, але наголошувати на досвіді щоденної загрози; будувати державний бренд, але робити це не рекламно, а через драматургію війни, пам'яті й безпеки [61].

Комунікаційна стратегія Ізраїлю у соціальних мережах поступово набула ознак розгалуженої екосистеми, де офіційні акаунти МЗС, армії, посольств, урядових речників і прем'єрських сторінок працюють поруч із громадянськими ініціативами, діаспорними мережами, волонтерами, англомовними сторінками підтримки та міжнародними симпатиками. Стаття Moran Yarchi, Tal Samuel Azran і Lidor Bar David *«Facebook users' engagement with Israel's public diplomacy messages during the 2012 and 2014 military operations in Gaza»* відкриває саме цей шар: hasbara у цифровому середовищі вже не зводиться до державного мовлення, бо частина репутаційної роботи передається користувачам, які поширюють емоційні пости, фото з укриттів, особисті історії, заклики до солідарності,

пояснення англійською мовою для зовнішньої аудиторії. Такий тип комунікації діє інакше, ніж офіційна дипломатія. Він створює відчуття людської близькості: не міністерство говорить із пресою, а конкретна людина розповідає, як звучить сирена, як дитина ховається в shelter, як родина чекає новин про заручників або родичів на півдні країни.

Через це образ Ізраїлю в цифровій дипломатії стає персоналізованим, емоційним, майже домашнім, хоча за цим стоїть велика політична рамка. У 2012 і 2014 роках Facebook ще зберігав відносно повільніший ритм взаємодії порівняно з пізнішими TikTok і X, але вже тоді було видно, що користувацьке залучення перетворюється на ресурс зовнішньої політики. Кожен share або comment працював як мікроакт підтримки, а кожне фото цивільної небезпеки ставало маленьким дипломатичним доказом. Ізраїльська комунікаційна модель у цей період поєднувала офіційність і мережеву спонтанність: держава задавала рамку, громадянські сторінки надавали їй емоційний тембр. Така структура давала ширше охоплення, але несла ризик втрати контролю над тоном: волонтерські меседжі іноді звучали надто різко, надто спрощено або надто полемічно, що могло посилювати недовіру в аудиторій, уже налаштованих критично до ізраїльської політики щодо Гази й палестинських територій.

У 2020-х роках публічна дипломатія Ізраїлю опинилася в набагато жорсткішому середовищі, ніж під час ескалацій 2012 чи 2014 років. Після 7 жовтня 2023 року стартова хвиля міжнародної солідарності з ізраїльським суспільством зіткнулася з тривалим візуальним потоком руйнувань у Газі, і саме цей контраст змусив ізраїльські стратегічні комунікації переходити від реактивної моделі до більш системної, технологізованої й багатоканальної. Матеріал Ilan I. Berman *«In Israel, A Public Diplomacy Pivot»* описує цей поворот як необхідність перебудови всієї логіки зовнішнього пояснення: Ізраїлю вже недостатньо повторювати тезу про право на самооборону, бо міжнародна аудиторія ставить запитання про пропорційність, гуманітарні наслідки, статус цивільних, тривалість операції, політичну мету війни, майбутнє Гази.

В такій ситуації digital diplomacy стає частиною безпекової архітектури, а не декоративним додатком до традиційної дипломатії. Держава працює через англомовні відео, брифінги для міжнародних журналістів, короткі explanatory clips, інфографіку, акаунти дипломатів, outreach до діаспори, взаємодію з opinion leaders, спроби швидкого debunking і власні візуальні матеріали з місць атак. Проте технологічна швидкість не гарантує довіри. Навпаки, чим активніше держава пояснює себе, тим частіше частина аудиторії читає це як defensive messaging або propaganda. Саме тут виникає тонка межа між публічною дипломатією та репутаційним самозахистом. Ізраїль історично звик говорити з позиції держави, що виживає серед ворожого оточення; після 2023 року ця історична мова почала змагатися з глобальною гуманітарною мовою, у якій домінують слова displacement, starvation, civilian casualties, international law. Публічна дипломатія в такому середовищі мусить не тільки говорити швидко, а й утримувати складність: пояснювати ХАМАС, заручників, атаки на цивільних, безпекову доктрину, але не втрачати чутливість до палестинських страждань, бо холодна технократична мова здатна ще більше погіршити репутаційне сприйняття [64].

Нові комунікаційні стратегії Ізраїлю будуються навколо боротьби за довіру в умовах фрагментованої аудиторії. Одні групи сприймають ізраїльські повідомлення через пам’ять про 7 жовтня, заручників, антисемітизм, історичну травму єврейського народу й тривалий досвід терористичних атак; інші бачать насамперед палестинські цивільні втрати, блокаду Гази, руйнування міських просторів, нерівність сили та дипломатичну підтримку Ізраїлю з боку США. Через це одна й та сама комунікаційна дія здатна викликати протилежні реакції. Інфографіка про тунелі ХАМАС для прихильників Ізраїлю підтверджує складність військової операції в густонаселеному середовищі; для критиків вона виглядає спробою виправдати масштабні удари. Відео про заручників актуалізує людський біль ізраїльських родин; для частини пропалестинської аудиторії воно сприймається як витіснення теми палестинських жертв.

Саме тому цифрова дипломатія Ізраїлю у 2020-х роках працює не з єдиною міжнародною публікою, а з багатьма аудиторними сегментами, які живуть у різних інформаційних середовищах. Американські євангельські кола, європейські ліберальні аудиторії, університетські кампуси, єврейська діаспора, українська аудиторія, арабські суспільства, індійський цифровий простір, африканські й латиноамериканські медіасередовища реагують на Ізраїль по-різному. Звідси виникає потреба в адаптивній комунікації: один і той самий меседж перекладається не лише мовами, а й культурними кодами. Проте така адаптивність легко переходить у фрагментарність, коли держава говорить різним аудиторіям різними інтонаціями, а потім ці інтонації стикаються в єдиній глобальній стрічці. Цифрова публічність не дозволяє тримати окремі комунікаційні кімнати: усе швидко перекладається, вирізається, архівується, порівнюється, атакуються старі заяви, знаходяться невдалі формулювання, поширюються фрагменти без попереднього пояснення. Для Ізраїлю це створює постійний комунікаційний ризик: будь-який message, призначений для внутрішньої мобілізації, може бути прочитаний зовнішньою аудиторією як агресивний, байдужий або надмірно мілітаризований.

4.3. Медійна реакція на операцію «Висхідний лев» (2025 р.)

Операція «Висхідний лев» 2025 року ввійшла в цифровий медіапростір як подія, що майже відразу отримала кілька паралельних способів прочитання: воєнно-технічний, дипломатичний, внутрішньоізраїльський, регіональний, платформний. Уже перші повідомлення 13 червня 2025 року показали, що сучасна воєнна операція існує не тільки в просторі ударів, авіаційних маршрутів, розвідданих і військових рішень, а й у стрічках X, Telegram, Instagram, OSINT-каналах, авіаційних спільнотах, де кожен вибух у Тегерані швидко перетворювався на фрагмент глобальної картини. Матеріал Kai Greet і David Cenciotti *«Everything We Know About Operation Rising Lion: Israel's Attack on Iran»* добре передає початкову нервову фактуру цієї медійної миті: офіційна заява Біньяміна Нетаньягу, кадри нічних вибухів, повідомлення про удари по ядерних

і військових об’єктах, закриття повітряного простору, уривки OSINT-відео, перші припущення щодо цілей і масштабу операції [68].

Тут образ Ізраїлю формувався через іншу призму сприйняття, ніж під час війни в Газі. На передній план вийшла не гуманітарна драма міського руйнування, а демонстрація стратегічної дальності, розвідувальної проникності, авіаційної координації та здатності діяти проти Ірану як регіонального центру загрози. У цифрових медіа така подія виглядала майже як реконструкція реального часу. Користувачі бачили карту, відео, заяву, авіаційний аналіз, супутні чутки, реакції урядів, закриті маршрути, нові повідомлення з іранських міст. Історична пам’ять тут накладалася на поточну картину: іранська ядерна програма, тривала ворожість Тегерана й Тель-Авіва, ліванський, сирійський, іракський, єменський виміри регіонального протистояння, травма 7 жовтня, війна «Swords of Iron», виснаженість ізраїльського суспільства після сотень днів бойових дій. Операція одразу читалася як спроба повернути Ізраїлю образ ініціативної сили після тривалого репутаційного тиску через Газу.

Первинний рівень медійного дискурсу «Висхідного лева» був майже авіаційно-розвідувальним. Світові видання, аналітичні платформи й OSINT-спільноти намагалися зібрати цілісну картину з неповних сигналів, нічних відео, заяв офіційних осіб, супутніх даних про повітряний простір, припущень щодо типів літаків, маршрутів, систем придушення ППО та характеру уражених об’єктів. У цьому сенсі текст *«Everything We Know About Operation Rising Lion: Israel’s Attack on Iran»* цінний саме як документ першої фази інформаційного туману, коли подія вже стала глобальною, але її фактичний масштаб ще тільки збирався з дрібних уламків.

Медіа не чекали повного брифінгу, вони працювали з тим, що з’являлося в цифровому полі, а потім зіставляли це з попередніми знаннями про ізраїльські військові можливості, іранську систему оборони, ядерні об’єкти, регіональну логіку стримування. Образ Ізраїлю в такому висвітленні набував рис держави, здатної до високоточної далекої операції, синхронної розвідки, складної координації й інформаційного випередження. Така репрезентація помітно

відрізнялася від попередніх цифрових образів, де Ізраїль часто поставав через суперечки про Газу, цивільні втрати й гуманітарну кризу. Тут медійна камера, умовно кажучи, піднялася над міськими руїнами й перейшла до карти регіональної сили, а саме Іран, ядерна програма, ракетні арсенали, системи ППО, стратегічне попередження, можливість ширшої війни. У цифрових платформах це породило двоїсту реакцію. Частина аудиторії бачила в операції підтвердження ізраїльської військової спроможності, технологічного інтелекту й політичної рішучості. Інша частина сприймала удари як небезпечний крок до регіональної ескалації, де кожен успішний тактичний фрагмент відкриває ризик ширшого зіткнення. Саме ця напруга й визначала медійну реакцію: захоплення точністю поєднувалося з тривогою перед непередбачуваними наслідками [53].

Військово-аналітичний пласт операції виразно проявився в матеріалі Commander Graham Scarbro *«Iran-Israel Conflict: A Quicklook Analysis of Operation Rising Lion»*, де перші удари трактуються через професійну логіку придушення систем протиповітряної оборони, ураження військових і ядерних об’єктів, створення оперативного простору для подальших дій. Подібний контекст різко змінює тон медійного опису. Якщо загальноновинна журналістика часто працює з емоційною напругою, політичними реакціями й кадрами вибухів, то військово-аналітична мова переводить операцію в площину planning, sequencing, air superiority, intelligence fusion, suppression of enemy air defenses, target prioritization. Ізраїль у такій репрезентації постає як держава з високою операційною культурою, розгалуженим розвідувальним апаратом, далекобійною авіацією, здатністю поєднувати кібернетичні, супутникові, агентурні й авіаційні ресурси. Для цифрової трансформації образу Ізраїлю у 2020-х роках це має виразний зміст, після тривалих дискусій про моральну ціну війни в Газі операція проти Ірану тимчасово повернула на поверхню інший символічний репертуар - точність, ініціатива, technological superiority, стратегічне попередження, здатність діяти далеко за межами власних кордонів. Така медійна рамка добре вписується в історичну лінію ізраїльських превентивних дій, зокрема в пам’ять про операцію проти іракського реактора Osirak 1981 року й удар по сирійському

об’єкту 2007 року. У світовій пресі такі історичні аналогії працюють як спосіб пояснити ізраїльську доктрин, яка нібито свідчить про те, що краще завдати удару до моменту, коли загроза стане незворотною. Проте цифрове середовище 2025 року значно менш терпляче до доктринальних пояснень. Короткий ролик із вибухом живе окремо від військової теорії; карта цілей живе окремо від юридичних аргументів; професійний аналіз живе поруч із мемами, чутками, іранськими заявами, антиізраїльськими трактуваннями й захопленими коментарями прихильників. Через це образ Ізраїлю одночасно зміцнювався як образ сили й розмивався через страх перед неконтрольованою ескалацією.

Внутрішня медійна реакція в Ізраїлі на операцію «Висхідний лев» мала іншу емоційну тканину, ніж міжнародна. Стаття Anat Shapira, Idit Shafran Gittleman, Yarden Assraf і Dana Karniely *«The Domestic Response to Operation ‘Rising Lion’»* фіксує, що операція почалася 13 червня 2025 року, на 615-й день війни *«Swords of Iron»*. Ця дата сама по собі створює сильну історико-психологічну рамку, ізраїльське суспільство входило в нову фазу протистояння не з позиції свіжої мобілізації, а після довгої війни, травми заручників, втрат, політичних суперечок, протестів, втоми, морального виснаження й глибокої тривоги за майбутнє [56, с. 94].

На цьому тлі операція проти Ірану короткочасно запустила ефект *«rally around the flag»*: зростання підтримки, довіри до оборонних інституцій, відчуття національної згуртованості. Наведені показники - 73% загальної публіки та 88% єврейських респондентів, які підтримували операцію на початковому етапі, - свідчать про те, що для значної частини ізраїльського суспільства удар по Ірану читався як повернення стратегічної суб’єктності. Після місяців болісного фокусу на Газі, заручниках, міжнародній критиці й внутрішньому розколі операція проти Ірану дала інший образ держави: не виснаженої, не виправдовувальної, не затиснутої в оборонній риториці, а здатної сама визначати темп регіонального протистояння. Медіа всередині країни, за такої логіки, працювали не тільки як канали інформування, а як простір колективного психологічного вирівнювання.

Медійна реакція на операцію «Висхідний лев» у 2025 році показала, що цифровий образ Ізраїлю здатен дуже швидко змінювати парадигму сприйняття від держави, яку глобальна аудиторія оцінює через гуманітарну катастрофу в Газі, до держави, яку військові аналітики описують через далекобійну операційну спроможність, розвідку, точність і стратегічне стримування Ірану. Проте ця зміна не була повним репутаційним перезапуском. Попередній образ нікуди не зник, він залишався фоном, на якому кожна нова дія Ізраїлю отримувала додаткову моральну й політичну вагу. У світових медіа операція інтерпретувалася у кількох смислових контекстах як превентивний удар проти ядерної загрози, демонстрація сили після тривалої війни, ризик регіонального вибуху, сигнал США й союзникам, виклик для міжнародного права, а також як спроба змістити інформаційний фокус із Гази на Іран. На цифрових платформах зазначені інформаційні наративи не існували ізольовано, оскільки вони постійно накладалися один на один, взаємозаперечувалися, дробилися на фрагменти, перетворюючись на відео, карти, короткі експертні thread, емоційні пости, саркастичні меми, тривожні прогнози. Тексти *«Everything We Know About Operation Rising Lion: Israel's Attack on Iran»*, *«Iran-Israel Conflict: A Quicklook Analysis of Operation Rising Lion»* і *«The Domestic Response to Operation 'Rising Lion'»* разом дозволяють побачити три рівні медійної реакції: перший – хаотична початкова збірка фактів із заяв, відео й відкритих джерел; другий – професійна військова інтерпретація операції як складної кампанії проти оборонної та ядерної інфраструктури; третій – внутрішньоізраїльська психологічна консолідація, підсилена відчуттям стратегічної дії після довгого виснаження.

РОЗДІЛ 5.
МЕТОДИЧНЕ ЗАСТОСУВАННЯ ТЕМИ ДОСЛІДЖЕННЯ У ШКІЛЬНІЙ ОСВІТІ

5.1. Аналіз навчальної теми «Маніпулятивний вплив медіа» у 10 класі шкільного курсу громадянської освіти

Методичне застосування теми «Маніпулятивний вплив медіа» у курсі громадянської освіти 10 класу спирається на розділ навчальної програми «Світ інформації та мас-медіа», де передбачено роботу з поняттями «медіатекст», «пропаганда», «фейк», «маніпуляція», «джерела інформації», «факт», «судження» та «мова ворожнечі» [77]. Обраний матеріал про медіаобраз Ізраїлю використовується як навчальна модель для читання сучасного інформаційного потоку: новини, заголовка, фотографії, короткого відео, політичного коментаря, цифрового символу, емоційного допису, алгоритмічної стрічки. Тема ізраїльсько-палестинського конфлікту подається без політичного оцінювання сторін, а для спостереження за тим, як історія, дипломатія, пам’ять, страх, безпека, гуманітарна трагедія та швидке платформне поширення поєднуються в одному медіаповідомленні.

Таке навчальне поле узгоджується з методичними підходами до формування медіаграмотності старшокласників: учні працюють із різними джерелами, порівнюють медіатексти, визначають маніпулятивні маркери, перевіряють походження інформації й поступово відокремлюють факт від судження [78]. Пропаганда на такому занятті розглядається через конкретну мовну й візуальну сторону повідомлення. Вона ховається у виборі фото, повторенні емоційної формули, замовчуванні історичного тла, зміні підпису до відео, перенесенні акценту з події на реакцію. Зображення «All eyes on Rafah», заголовки про війну в Газі, цифрові кампанії Ізраїлю, фейкові ролики, стилізовані під BBC, дають змогу показати механіку інформаційної боротьби через реальні кейси. Учень бачить, як один епізод у різних медіа отримує різний тон: безпековий, гуманітарний, дипломатичний, емоційно-активістський.

За чинною навчальною програмою тема уроку конкретизується так: 10 клас, інтегрований курс «Громадянська освіта», розділ «Світ інформації та мас-медіа», тема «Маніпулятивний вплив медіа». Її зміст охоплює маніпуляції в медіапросторі, способи розпізнавання фейкової інформації, пропаганди й постправди, медійне провокування конфліктів, поширення стереотипів, мову ворожнечі та інформаційні війни [77]. Саме тому кейси медіаобразу Ізраїлю органічно входять у цю навчальну тему: вони демонструють, як заголовок, добір фото, послідовність аргументів, вибір джерела й емоційна лексика налаштовують сприйняття міжнародної події. На матеріалі ізраїльської публічної дипломатії ця закономірність простежується виразно. Праця Ilan Manor і Rhys Crilley «Visually framing the Gaza War of 2014: The Israel Ministry of Foreign Affairs on Twitter» показує, як цифрова дипломатія працює через карту, фото, інфографіку та повторюваний образ цивільної загрози [83].

У шкільній аудиторії цей матеріал відкриває поняття frame як спосіб організації бачення. Учень бачить: повідомлення не лише передає факт, воно налаштовує погляд. Якщо першим з’являється кадр укриття, читач входить у тему через страх цивільного населення Ізраїлю; якщо першим подано фото зруйнованої вулиці Гази, сприйняття зміщується до палестинського страждання. Обидва образи документально реальні, але навчальна робота показує: медіареальність проходить через відбір матеріалу, монтаж, заголовок, послідовність подачі тексту. Такі заняття розвивають інформаційну уважність без нав’язування готової оцінки. Учень навчається сповільнювати реакцію, перевіряти джерело, бачити різницю між репортажем, коментарем, пропагандистським меседжем і емоційним свідченням.

Методична побудова заняття передбачає аналіз конкретних медіафрагментів: заголовків, фотографій, коротких відео, офіційних заяв, дописів у соціальних мережах, фрагментів фактчекінгу. Матеріал Associated Press «FACT FOCUS: Misinformation about the Israel-Hamas war is flooding social media. Here are the facts» дає для шкільного заняття чітку логіку роботи з дезінформацією: старе відео отримує новий підпис, кадр з іншої країни видається

за подію в Газі або Ізраїлі, фальшивий ролик імітує стиль авторитетного медіа, емоційний текст прискорює поширення [81]. Такий кейс легко перетворюється на навчальний алгоритм: встановити дату першої появи матеріалу, перевірити джерело, зіставити підпис із первинним змістом, знайти спростування, оцінити емоційне навантаження.

Учні в такому завданні реконструюють шлях повідомлення: первинна поява, зміна підпису, поширення через акаунти, реакція аудиторії, спростування. Такий підхід пов'язує медіаграмотність із реальною поведінкою людини в цифровому просторі. Школяр бачить, що натискання кнопки share також має громадянський вимір, бо поширення неперевіреного відео підсилює ненависть, паніку, ксенофобію або воєнну пропаганду. Український матеріал Лесі Бідочко та Олександра С'єдіна «Ізраїль – держава-помилка», «у нападі ХАМАСу винні Штати», а «про Україну вже й забули» переносить тему ближче до українського досвіду: російська пропаганда використовує війну на Близькому Сході для деморалізації українців, поширення конспірології, звинувачень щодо зброї, створення враження втрати підтримки [82].

Історичне тло в такій навчальній темі поглиблює матеріал і стримує спрощення. Ізраїльсько-палестинський конфлікт не пояснюється однією подією, одним нападом, однією операцією, одним дописом або одним вірусним образом. На уроці громадянської освіти обережно подається довга стрічка подій: створення держави Ізраїль, війни 1948, 1967, 1973 років, палестинське питання, Nakba, інтифади, мирні процеси, блокада Гази, поява ХАМАС як політичного й воєнізованого актора, постійна безпекова тривога ізраїльського суспільства.

Таке історичне тло допомагає учням зрозуміти, чому ті самі слова в різних аудиторіях звучать по різному. Для одних слово «security» пов'язане з досвідом ракет, терактів, заручників і загрози існуванню держави. Для інших слово «occupation» пов'язане з переміщенням, контролем територій, обмеженням руху, втратою дому. У навчальному процесі така подвійність розкривається через порівняння медійних наративів. Стаття Moran Yarchi, Tal Samuel Azran і Lidor Bar David «Facebook users' engagement with Israel's public diplomacy messages

during the 2012 and 2014 military operations in Gaza» допомагає показати, як громадянські ініціативи, діаспорні мережі й волонтерські сторінки переносять дипломатичний меседж у соціальні мережі [84]. Для учнів це зрозуміло, бо вони самі живуть у середовищі stories, reels, коротких відео та коментарів.

5.2. Розробка уроку на тему «Маніпулятивний вплив медіа: аналіз медіаобразу Ізраїлю в цифрових повідомленнях» для 10 класу

Розробка уроку із залученням кейсів медіаобразу Ізраїлю в 10 класі пропонується за темою «Маніпулятивний вплив медіа» з розділу «Світ інформації та мас-медіа» інтегрованого курсу «Громадянська освіта» [77]. Заняття можна організувати як навчальну ситуацію, де учні входять у реальний простір цифрової політичної комунікації та бачать живий медіапроцес: держава, журналісти, платформи, очевидці, дипломатичні структури, волонтерські мережі й аудиторія щоденно виробляють уявлення про війну, безпеку, жертву, силу, відповідальність. На уроці пропонується використання конкретних кейсів: офіційні дописи ізраїльських інституцій, повідомлення світових медіа, фрагменти фактчекінгу, візуальні кампанії, цифрові символи, короткі відео, заголовки українських і міжнародних новин. Мета уроку полягає в тому, щоб учні розкрили медіаобраз Ізраїлю як результат історичного нашарування: пам’ять про Голокост, війни 1948, 1967, 1973 років, інтифади, ракетні атаки, заручників, блокаду Гази, палестинське питання, дипломатичні спроби врегулювання, цифрову війну після 7 жовтня [48, с. 58].

Учитель організовує уважне читання медіатексту без перетворення заняття на політичну суперечку. Учні працюють із джерелами, підготовленими для порівняння: з’ясовують автора, лексику, емоційне навантаження, історичні натяки, візуальну композицію. Для опорного кейсу використовується праця Ilan Manor і Rhys Crilley «Visually framing the Gaza War of 2014: The Israel Ministry of Foreign Affairs on Twitter» [83], адже вона дає матеріал для розуміння того, як держава працює з образом через фото, інфографіку, повторювані формули й короткі повідомлення. У класі це перетворюється на вправу: учні порівнюють

офіційний візуальний меседж із новинним заголовком і визначають, яку рамку сприйняття створює кожен фрагмент. Один кадр активує мотив загрози, інший – мотив гуманітарного болю, третій – мотив дипломатичного самозахисту.

Структура уроку починається з проблемного запитання: як цифрове повідомлення впливає на міжнародний образ держави під час війни. Учні отримують кілька коротких фрагментів, пов’язаних з образом Ізраїлю: матеріал офіційної сторінки МЗС Ізраїлю у X, заголовок BBC News, опис кампанії «All eyes on Rafah», уривок фактчекінгового матеріалу Associated Press «FACT FOCUS: Misinformation about the Israel-Hamas war is flooding social media. Here are the facts» [81], український матеріал MediaSapiens / Детектор медіа про використання близькосхідної війни російською пропагандою [82]. Педагогічний задум полягає в тому, щоб учні бачили механізм впливу: вони читають заголовок і фіксують, яке дієслово використано; потім аналізують, кого названо першим, хто отримує голос через цитату, чи є історична довідка, чи вказано джерело фото, чи відокремлено факт від оцінки. Стаття про залучення користувачів Facebook до повідомлень ізраїльської публічної дипломатії [84] додає матеріал для розмови про громадянську підтримку, коли комунікація виходить за межі офіційних сторінок і переноситься в мережі прихильників, діаспори та волонтерів (Див. додаток А).

Основна частина уроку будується через групову роботу з медіакейсами, де кожна група отримує окремий тип джерела. Перша працює з офіційним повідомленням ізраїльської публічної дипломатії, друга - з міжнародним новинним матеріалом, третя - з фрагментом із соціальної мережі, четверта - з фактчекінговим текстом, п’ята - з українською публікацією про зовнішню пропаганду. Завдання формулюються як серія точних навчальних дій: визначити автора повідомлення, виявити цільову аудиторію, виписати емоційно насичені слова, описати візуальний центр, знайти історичний підтекст, пояснити, який образ Ізраїлю формується. У матеріалах про 7 жовтня 2023 р. Ізраїль постає як травмоване суспільство, що пережило напад і втрату цивільних. У матеріалах про Газу він часто з’являється як військова сила, чиї дії оцінюються через

гуманітарні наслідки. У цифрових кампаніях, зокрема через AI-generated image «All eyes on Rafah» [85], Ізраїль потрапляє в поле глобального морального осуду, де один символ за лічені години змінює емоційний фон дискусії.

Історичний компонент уроку вводиться як спосіб пояснити, чому сучасні медіасюжети мають таку високу емоційну температуру. Учні працюють із хронологічною стрічкою часу: створення держави Ізраїль, арабо-ізраїльські війни, переміщення палестинців, контроль територій після 1967 року, мирний процес, друга інтифада, вихід Ізраїлю з Гази, посилення ХАМАС, блокада, ескалації 2008–2009, 2012, 2014, 2021, війна після 7 жовтня. Коли учні бачать слово «self defense», вони пов'язують його з ізраїльською безпековою пам'яттю; коли бачать слово «occupation», вони розуміють його зв'язок із досвідом палестинців. Фраза «Digital Occupation: Pixelated Propaganda, Censored Platforms and the Battle for Narrative in Gaza» перекладається для класу як «Цифрова окупація: піксельована пропаганда, цензуровані платформи та боротьба за наратив у Газі» і розглядається як авторська позиція, а не нейтральне означення [86].

Фінальна частина уроку проводиться як творча аналітична вправа: учні створюють короткий медіапаспорт одного кейсу й описують його зміст журналістською мовою. У паспорті зазначаються джерело, жанр, аудиторія, історичне тло, візуальні маркери, емоційні сигнали, потенційні маніпуляції, способи перевірки. Для глибшої рефлексії використовується порівняння двох матеріалів із різним підтекстом: «Visually framing the Gaza War of 2014: The Israel Ministry of Foreign Affairs on Twitter» [83] і «All eyes on Rafah: how AI-generated image swept across social media» [85]. Перший матеріал показує державну логіку візуального фреймінгу; другий – платформну силу символу, який виникає поза офіційними структурами й набуває глобального поширення через емоційне повторення. Оцінювання спирається на здатність учня аргументовано пояснити медіамеханізм: чому певний заголовок викликає співчуття, як фото змінює сприйняття, що дає історична довідка, чому фейк часто використовує реальні кадри, як офіційна комунікація переходить у public diplomacy.

ВИСНОВКИ

У результаті проведеного дослідження нами зроблено наступні висновки й узагальнення. Репрезентація Ізраїлю у світових та українських медіа 2008–2025 рр. формувалася під впливом політико-безпекових, економічно-технологічних, соціокультурних та цифрових чинників, які відповідно до історичного контексту подій, змінювали міжнародне сприйняття держави в світі.

Аналіз історіографії та джерельної бази засвідчив, що сучасне вивчення медіарепрезентації країни базується на міждисциплінарному підході, оскільки це пов’язано зі специфікою окресленої теми. Такі дослідження поєднують медіалінгвістику, політичну комунікацію, digital diplomacy, візуальні студії, праці, присвячені інформаційній безпеці та теорії публічної дипломатії. Такий теоретико-методологічний підхід дав змогу розглянути медіаобраз Ізраїлю не лише статично, а динамічно, окільки він постійно змінюється через активність політичних подій навколо Ізраїлю у зв’язку з ізраїльсько-палестинським конфліктом, а також через претензію країни бути світовим лідером в економічному плані. На зміни у трактуванні політики Ізраїлю світовими медіа у досліджуваний період впливали військові загострення, дипломатичні кризи, різноманітні інформаційні кампанії та гібридні загрози, в тому числі, інформаційні війни.

Наше дослідження продемонструвало, що арабо-ізраїльський конфлікт став центральним чинником трансформації міжнародного образу Ізраїлю. У світових та українських мас-медіа конфлікт подавався через безпековий, гуманітарний, військово-аналітичний, дипломатичний та цифровий виміри. Встановлено, що ізраїльська публічна дипломатія досить рано перейшла до використання соціальних мереж як інструменту формування міжнародного сприйняття. У праці «Visually framing the Gaza War of 2014: The Israel Ministry of Foreign Affairs on Twitter» Ilan Manor & Rhys Crilley показують, як МЗС Ізраїлю створювало візуальні фрейми через Twitter, поєднуючи комунікацію під час криз через короткі повідомлення та формуючи образ небезпеки для цивільних. У

матеріалі Moran Yarchi, Tal Samuel Azran & Lidor Bar David показано, що digital hasbara виходила за межі офіційних структур і популяризувала громадянські ініціативи, волонтерські сторінки, діаспорні мережі та міжнародних симпатиків.

У межах дослідження проаналізовано пропагандистські та маніпулятивні практики, що супроводжували висвітлення війни в Газі, атаки ХАМАС та операції Ізраїлю. Матеріали Associated Press продемонстрували типові механізми цифрової дезінформації: повторне використання архівних відео, підміну географії, фальшиві ролики під брендом авторитетних медіа та емоційне маркування інформації.

Також було проаналізовано різноматні світові видання. Наприклад, серед американських видань у роботі було використано матеріали Associated Press, Reuters, аналітичні публікації Reuters Institute for the Study of Journalism, матеріали британської BBC News. Ізраїльський медіадискурс представлений публікаціями: The Jerusalem Post, Haaretz та The Times of Israel. Серед азійських джерел використано матеріали Al Jazeera, які відображають близькосхідний погляд на події в регіоні. Українська частина джерельної бази представлена Українська правда, Європейська правда, РБК-Україна, Укрінформ, Дзеркало тижня та Суспільне мовлення. Дані видання спеціалізуються на висвітленні ізраїльської тематики в українському медіа просторі.

Водночас є спеціалізовані українські медіадослідницькі ресурси, зокрема, MediaSapiens / Детектор медіа, у котрих показано, як російська агітаційна пропаганда використовувала близькосхідний конфлікт для впливу на українську аудиторію, поширення конспірології та створення враження міжнародної ізоляції України.

Аналіз іміджу Ізраїлю у світових медіа продемонстрував, що після 7 жовтня 2023 р. міжнародна реакція пройшла дві фази: початковий етап солідарності, після атаки ХАМАС і подальше погіршення репутаційного сприйняття через масштаб гуманітарної кризи в Газі.

У роботі з’ясовано, що цифрові медіа радикально змінили механізми формування міжнародного образу держави. Публічна дипломатія Ізраїлю у 2020-

х роках перетворилася на безперервну інформаційну боротьбу за легітимність, де держава змушена працювати не лише через дипломатичні канали, а й через TikTok, Instagram, X, Telegram, OSINT-платформи, visual storytelling та кризову digital communication. Аналіз операції «Висхідний лев» 2025 р. у багатьох медіаресурсах показав, що медійна реакція формувалася паралельно у військово-аналітичному та політичному аспектах. Водночас, ми побачили різницю при формуванні інформації, спрямованої на внутрішньоізраїльського читача, і інформації для зовнішньої аудиторії.

Основними подіями-тригерами у досліджуваний період, які активізували увагу сучасних медіаресурсів до Ізраїлю, стали: у політико-безпековій площині – блокада сектору Газа (2008-2010 рр.); конфлікт навколо «Флотилії свободи» (2010 р.); повномасштабне вторгнення росії в Україну (24 лютого 2022 р.); напад ХАМАС на Ізраїль (7жовтня 2023 р.); операція «Північні стріли» в Лівані (23 вересня 2024 р.); знищення вищого військового-політичного керівництва Ірану (червень 2025 р.); операція «Висхідний Лев» (13 червня 2025 р.).

Увага до економічних процесів в країні пов’язана з прагненням Ізраїлю бути одним із лідерів світової економіки. Останніми роками Ізраїль успішно конкурує в таких високо-технологічних галузях, як ІТ сфера, виробництво найсучаснішої зброї, мікрочипів. Країна є одним із лідерів за показниками ВВП на душу населення, також займає провідні позиції в розвитку стартап-індустрії. Саме ці фактори неодноразово викликали «нездорове» жваве обговорення у медіа, оскільки відповідні сфери економіки є висококонкурентними на світовому ринку.

Серед соціокультурних факторів, які в ті, чи інші роки викликали дискусії навколо Ізраїлю, були: участь Ізраїлю у Євробаченні, питання, пов’язані з семітизмом та антисемітизмом, проблемами національної ідентичності та історичної пам’яті.

Аналіз можливостей методичного застосування теми дослідження у шкільній освіті показав, що ті, чи інші кейси медіаобразу Ізраїлю можуть ефективно використовуватися в курсі громадянської освіти. Це сприятиме

розвитку в учнів ЗОШ медіаграмотності, аналітичного мислення та навичок критичного читання інформації. Аналіз навчальної теми про медіа та пропаганду дав змогу показати, що сучасний урок громадянської освіти повинен працювати з реальними цифровими кейсами: новинами, платформними кампаніями, фактчекінговими матеріалами, візуальними символами, офіційними повідомленнями та прикладами дезінформації. У результаті дослідження було доведено, що тема медіарепрезентації Ізраїлю у світових та українських медіа дозволяє комплексно дослідити взаємодію політики, війни, цифрових технологій, інформаційної боротьби та сучасної публічної дипломатії в умовах глобального медійного середовища.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Герцль Т. Юдейська держава. Спроба сучасного розв'язання єврейського питання. Львів. Апріорі. 2020. 108 с.

2. Грідчина А. О. Давид Бен Гуріон творець єврейської держави. Харків. 2023. С. 27–30

3. Грубінко А. В. Історія держави і права зарубіжних країн та римське право. Тернопіль. 2021. 108 с.

4. Губенко Д. ХАМАС та Ізраїль погодилися на перемир'я. Deutsche Welle. 2021. URL: https://www.dw.com/uk/khamas-ta-izrail-pohodylysia-na-peremyria/a-57602999 (дата звернення: 08.03.2026)

5. Зварич І. Міжнародний імідж держави теоретичні підходи. 2016. URL: https://www.app.nuoua.od.ua (дата звернення: 28.03.2026)

6. Інформація для громадян Ізраїлю. Посольство Ізраїлю в Україні. 2021. URL: https://embassies.gov.il/kiev/ConsularServices/Pages/InfoForIsraelisUkr.aspx (дата звернення: 28.03.2026)

7. Історія держави і права зарубіжних країн за ред Бандурки О М. Харків. ХНУВС. 2021. 596 с.

8. Коваль В. Образ держави в міжнародних комунікаціях. *Вісник ОНУ*. 2017. С. 12–24. URL: https://vislib.onu.edu.ua (дата звернення: 28.03.2026)

9. Компанієць О. В. Баличева В. М. Релігійна освіта у державі Ізраїль. Харків. 2019. С. 245–247

10. Матвієнко Ю. Приклад для України як в Ізраїлі реформують розвідувальні та спеціальні служби. Defense Express. 2022. URL: https://defence-ua.com/weapon_and_tech/jak_v_izrajili_reformujut_rozviduvalni_ta_spetsialni_sluzhbi-5668.html (дата звернення: 28.03.2026)

11. Медичний туризм в Ізраїлі питання та відповіді. Тель Авівський медичний центр Сураски. 2021. URL:

https://www.tasmc.org.il/sites/ru/ichilov/Pages/voprosi-i-otveti.aspx (дата звернення: 28.03.2025)

12. Міністерство охорони здоров'я Ізраїлю. 2021. URL: https://www.health.gov.il (дата звернення: 28.03.2026)

13. Міністерство туризму Ізраїлю. 2021. URL: https://www.gov.il/ru/Departments/ministry_of_tourism (дата звернення: 28.03.2026)

14. Мороз О. Українсько ізраїльські відносини в інформаційному полі. 2018. URL: https://science.lpnu.ua (дата звернення: 15.03.2026)

15. Почепцов Г. Медіа та маніпуляції свідомістю. Київ. 2016. URL: https://detector.media (дата звернення: 02.03.2026)

16. Почепцов Г. Постправда і медіа як формуються образи держав. 2017. URL: http://detector.media/withoutsection/article/124473 (дата звернення: 14.03.2026)

17. Рабінович М. Як повномасштабна війна змінила формати співпраці України та ЄС. Європейська правда. 2022. URL: https://www.eurointegration.com.ua/articles/2022/11/8/7150040 (дата звернення: 03.03.2026)

18. Сегев Т. Бен Гуріон держава за будь яку ціну. 2020. URL: https://lb.ua/blog/aleksandr_krasovitskiy/473385_bengurion_derzhava_budyaku.html (дата звернення: 28.03.2026)

19. Тексти.org.ua. Які англомовні ЗМІ формують образ держав у світі. 2017. URL: https://tyzhden.ua/zmi-doslidyly-iaki-anhlomovni-vydannia-formuiut-obraz-ukrainy-u-sviti-infohrafika/ (дата звернення: 28.03.2026)

20. Тихоненков Д. А. Історія держави і права зарубіжних країн в питаннях і відповідях. Харків. Право. 2019. 248 с.

21. Трофанчук Г. Історія держави і права зарубіжних країн. Київ. Юрінком Інтер. 2019. 448 с.

22. Факти про Ізраїль. Міністерство закордонних справ Ізраїлю. URL: https://mfa.gov.il/MFARUS/AboutIsrael/History/Pages/HistoryMain.aspx (дата звернення: 04.03.2026)

23. Федоренко Я. А. Історія держави і права зарубіжних країн. Черкаси. 2023. 100 с.

24. Юрченко О. Стратегічна культура Ізраїлю травма і тріумф. Adastra. 2020. URL: https://adastra.org.ua/blog/strategichna-kultura-izrayilyu-travma-i-triumf (дата звернення: 03.03.2026)

25. Яремчук В. Д. Історія держави і права зарубіжних країн дефініції схеми таблиці. Львів. 2019. 244 с.

26. Яхно О. Інформаційна політика Ізраїлю у міжнародних відносинах. 2016. URL: https://niss.gov.ua (дата звернення: 08.03.2026)

27. Akerman I. Misinformation censorship and propaganda the information war on Gaza. WIRED Middle East. 2024. URL: https://wired.me/business/social-media/gaza-social-media-war-palestine/ (дата звернення: 09.03.2026)

28. Al Sayed R. Framing of media coverage of the Palestinian Israeli conflict in CNN and Fox News. 2017. P. 10–22. URL: https://media.neliti.com/media/publications/239207 (дата звернення: 28.03.2026)

29. Alkhawaldeh A. Media framing approach of Israeli and Palestinian conflict. *European Proceedings of Social and Behavioural Sciences*. 2018. P. 14–25. URL: https://www.europeanproceedings.com/article/10.15405/epsbs.2018.05.56 (дата звернення: 28.03.2026)

30. Azran E. Israeli government fund to direct investment toward Latin America. Haaretz. 2019. URL: https://www.haaretz.com/israel-news/business/israeli-governmentfund-to-direct-investment-toward-latin-america-1.6995588 (дата звернення: 28.03.2026)

31. Cetin Z. Pro Palestinian protests continue across Europe. Anadolu Ajansı. 2024. URL: https://www.aa.com.tr/en/europe/pro-palestinian-protests-continue-across-europe/3216966 (дата звернення: 28.03.2026)

32. Cortellessa E. Bergengruen V. Inside the Israel Hamas information war. TIME. 2024. URL: https://time.com/6549544/israel-and-hamas-the-media-war/ (дата звернення: 29.03.2026)

33. Declaration of Independence. 2025. URL: https://main.knesset.gov.il/en/about/pages/declaration.aspx (дата звернення: 28.03.2026)

34. Dimant M. The Mobileye effect in Latin America Israel relations 2009–2019. 2020. URL: https://strategicassessment.inss.org.il/en/articles/the-mobileye-effect-in-latin-america-israel-relations-2009-2019/ (дата звернення: 30.03.2026)

35. Dubinsky Y. Israel country image in the 2016 Olympic Games. *Place Branding and Public Diplomacy*. 2018. P. 9–21. URL: https://link.springer.com/content/pdf/10.1057/s41254-018-0105-y.pdf (дата звернення: 01.04.2026)

36. Fedianin V. Avraamovi uhody yak znakova podiia zovnishnoi polityky Obiednanykh Arabskykh Emirativ. *Hrani*. 2021. № 7 8. S. 87–97

37. Gilboa E. Public diplomacy and the media in Israel. *International Studies Review*. 2016. P. 5–18. URL: https://academic.oup.com/isr (дата звернення: 28.03.2026)

38. Avraham E. Media strategies for improving an unfavorable country image the case of Israel. *Cities*. 2016. P. 11–23. URL: https://www.sciencedirect.com (дата звернення: 04.04.2026)

39. Global soft power index. 2023. URL: https://static.brandirectory.com/reports/brand-finance-soft-power-index-2023-digital.pdf (дата звернення: 12.03.2026)

40. Harwell D. Dwoskin E. Hamas turns to social media to get its message out and to spread fear. Washington Post. 2023. URL: https://www.washingtonpost.com/technology/2023/10/18/hamas-social-media-terror/ (дата звернення: 28.03.2026)

41. Ho B. Doyle K. Pro Palestine US student protests nearly triple in April. ACLED. 2024. URL: https://acleddata.com/2024/05/02/pro-palestine-us-student-protests-nearly-triple-in-april-acled-brief/ (дата звернення: 28.03.2026)

42. Ingram L. Media under the influence a comparative analysis of Israeli and Palestinian news coverage. 2017. P. 7–19. URL: https://www.academia.edu/30849789 (дата звернення: 28.03.2026)

43. Israel. RSF country profile. 2023. URL: https://rsf.org/en/country/israel (дата звернення: 28.03.2026)

44. Ivashchuk I. O. Zastavnyi A. R. Tsyvilizatsiini determinanty ta istorychni vyklyky stabilnosti na Blyzkomu Skhodi. *Ekonomichnyi prostir*. 2023. № 186. S. 7–12

45. Kacowicz A. M. Triangular relations Israel Latin American Jewry and Latin American countries in a changing international context. *The Israel Journal of Foreign Affairs*. 2017. Vol. 11. No. 2. P. 203–215

46. Katz Y. Why Israel has the most technologically advanced military on Earth. New York Post. 2017. URL: https://nypost.com/2017/01/29/why-israel-has-themost-technologically-advanced-military-on-earth (дата звернення: 28.03.2026)

47. Kirkpatrick D. D. Rasgon A. The Hamas propaganda war. The New Yorker. 2024. URL: https://www.newyorker.com/news/news-desk/the-hamas-propaganda-war (дата звернення: 28.03.2026)

48. Koppel O. A. Zovnishni faktory evolyutsii blyzkoshidnoi rehionalnoi pidsystemy mizhnarodnykh vidnosyn. *Politikus*. 2018. № 3. S. 58–65

49. Landau N. Netanyahu welcomes Brazil's Bolsonaro to Israel days before election. Haaretz. 2019. URL: https://www.haaretz.com/israel-news/.premium-brazil-s-bolsonaro-arrives-in-israel-days-before-election-1.7067601 (дата звернення: 28.03.2025)

50. Lay T. Murillo C. Global demonstrations in response to the Israel Palestine conflict. ACLED. 2023. URL: https://acleddata.com/2023/11/07/infographic-global-demonstrations-in-response-to-the-israel-palestine-conflict/ (дата звернення: 28.03.2026)

51. Lazaroff T. Israel to attend Expo 2020 Dubai an Arab state with whom it has no ties. Jerusalem Post. 2019. URL: https://www.jpost.com/Arab-Israeli-Conflict/Israelis-permitted-to-come-to-2020-World-Expo-in-UAE-607376 (дата звернення: 28.03.2026)

52. Martin L. Goujard C. Fuchs H. Israel floods social media to shape opinion around the war. POLITICO. 2024. URL: https://www.politico.eu/article/israel-social-media-opinion-hamas-war/ (дата звернення: 28.03.2026)

53. May D. Stradner I. The Hamas disinformation campaign against Israel is also brutal. FDD. 2023. URL: https://www.fdd.org/analysis/2023/10/22/the-hamas-disinformation-campaign-against-israel-is-also-brutal/ (дата звернення: 30.04.2026)

54. Movement for Quality Government v Knesset HCJ 5658 23. Cardozo Israeli Supreme Court Project. 2025. URL: https://versa.cardozo.yu.edu/topics/constitutional-amendment (дата звернення: 28.03.2026)

55. Niehina V. Vysotskyi O. Latynoamerykanskyi vektor zovnishnoi polityky Izrailiu tekhnolohichnyi vymir. *Filosofiia ta politolohiia v konteksti suchasnoi kultury*. 2020. Vol. 12. No. 2. P. 94–103. DOI: https://doi.org/10.15421/352039

56. Niehina V. Vysotskyi O. Latynoamerykanskyi vektor zovnishnoi polityky Izrailiu tekhnolohichnyi vymir. *Filosofiia ta politolohiia v konteksti suchasnoi kultury*. 2020. Vol. 12. No. 2. P. 94–103

57. Oster M. Brazilian president Jair Bolsonaro walks back embassy move promise. Jerusalem Post. 2019. URL: https://www.jpost.com/Israel-News/Brazilian-President-Jair-Bolsonaro-walks-back-embassy-move-promise-585160 (дата звернення: 28.04.2026)

58. Papadopoulos N. Heslop L. Country equity and country branding problems and prospects. *Brand Management*. 2016. № 9. P. 294–314

59. Prybiehin I. S. Natsionalna identychnist kontseptualni versii ta yikh realizatsiia v politychnykh protsesakh Izrailiu. Odesa. 2021. 220 s.

60. Spring M. Who is behind Israel Gaza disinformation and hate online. BBC News. 2023. URL: https://www.bbc.com/news/world-middle-east-67114313 (дата звернення: 28.04.2026)

61. Suwarno S., Sahayu W. Palestine and Israel representation in the national and international news media a critical discourse study. *Jurnal Humaniora*. 2018. Vol. 32. No. 3. P. 217–225. URL: https://jurnal.ugm.ac.id/jurnal-humaniora/article/view/52911 (дата звернення: 02.05.2026)

62. Suzie Navot. An overview of Israel judicial overhaul small parts of a big populist picture. *Israel Law Review*. 2023. Vol. 56. P. 482–501

63. Tantsiura O. H. Vytoky ta rozvytok sionizmu u konteksti polityky pamiati Derzhavy Izrail. *Hileia naukovyi visnyk*. 2019. № 145. S. 172–176

64. Wermenbol G. Israel's Latin America push. Atlantic Council. 2019. URL: https://www.atlanticcouncil.org/blogs/new-atlanticist/israel-s-latin-america-push/ (дата звернення: 02.05.2026)

65. Wolfsfeld G. The role of the media in violent conflicts the Israeli case. *Journal of Communication*. 2016. P. 6–20. URL: https://academic.oup.com/joc (дата звернення: 02.05.2026)

66. Yarchi M. The impact of anti democratic actions on a country international image as projected in the foreign press and on social media the case of Israel. *Democracy and Security*. 2018. Vol. 14. No. 2. P. 159–173. URL: https://www.jstor.org/stable/48602457 (дата звернення: 02.05.2026)

67. Yavorska O. V. Osoblyvosti imidzhu derzhavy Izrail na mizhnarodnii areni. *Visnyk studentskoho naukovoho tovarystva DonNU*. 2020. № 2 (12). S. 148–152

68. The Patriot effect: Israel's shifting civil discourse under Netanyahu URL: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/patriot-effect-israels-shifting-civil-discourse-under-netanyahu?utm_source (дата звернення: 02.05.2026)

69. The crises of Israeli democracy: political-ideological framings by members of Israel's 24th Knesset URL: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/patriot-effect-israels-shifting-civil-discourse-under-netanyahu?utm_source (дата звернення: 02.05.2026)

70. Євробачення» без єдності: як участь Ізраїлю спричинила найбільшу кризу за 20 років URL: https://suspilne.media/culture/1191896-evrobacenna-bez-ednosti-ak-ucast-izrailu-spricinila-najbilsu-krizu-za-20-rokiv/?utm_source (дата звернення: 02.05.2026)

71. Долина у пустелі: як Ізраїль став лідером світового стартап-ринку. UNIT.City Innovation Park. UFuture. 2019. URL: https://ufuture.com/uk/dolina-u-pusteli-yak-izrayil-stav-liderom-svitovogo-startap-rinku/ (дата звернення: 03.05.2026)

72. Goldenberg T. Israel's high-tech economic engine balks at govt policies. Associated Press. 2023. URL: https://apnews.com/article/b4f9ba22e89a624b45ab093570f27ec4 (дата звернення: 03.04.2026)

73. Shotter J. Israel unveils tax benefits in bid to reverse tech brain drain. Financial Times. 2025. URL: https://www.ft.com/content/463614ab-a26d-45b3-a366-1c8058f32973 (дата звернення: 04.04.2026)

74. Generation Z, values, and media: from influencers to BeReal, between visibility and authenticity URL: www.frontiersin.org/journals/sociology/articles/10.3389/fsoc.2023.1304093/full?utm_source (дата звернення: 28.04.2026)

75. Laundry-on-Air: Cultural Intimacy and the Transnational Circulation of Popular Culture URL: academic.oup.com/jogss/article-abstract/9/3/ogae021/7716767?utm_source (дата звернення: 08.03.2026)

76. Між сценою і політикою: що відбувається з Ізраїлем на «Євробаченні» URL: academic.oup.com/jogss/article-abstract/9/3/ogae021/7716767?utm_source (дата звернення: 28.04.2026)

77. Міністерство освіти і науки України. Навчальна програма інтегрованого курсу «Громадянська освіта» для 10 класу закладів загальної середньої освіти. Київ. 2022. URL: https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/zagalna%20serednya/programy-10-11-

klas/2022/08/15/navchalna.programa.2022.hromadyanska.osvita-10.pdf (дата звернення: 06.04.2026).

78. Черткова О. А. Формування медіаграмотності на уроках суспільствознавчих дисциплін. Формування медіаграмотності на уроках суспільствознавчих дисциплін. Кропивницький. 2016. С. 5–10. URL: https://sites.znu.edu.ua/interactiv.edu.lab/Posibnyky/MediaGromad.pdf (дата звернення: 28.04.2026).

79. Ласкова-Ярмоленко О. І. Слинькова В. І. Медіаграмотність в системі освіти. Education. Innovation. Practice. 2024. № 12. С. 43–49. URL: https://repository.sspu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/93c67fc3-c3fd-465b-8a1e-4b67dd2e5976/content (дата звернення: 04.04.2026).

80. Allen A. Griffin L. Mindrila D. Discerning (Dis)information: Teacher perceptions of critical media literacy. Journal of Media Literacy Education. 2022. Vol. 14. № 3. P. 1–14. URL: https://digitalcommons.uri.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1451&context=jmle (дата звернення: 08.04.2026).

81. Associated Press. FACT FOCUS: Misinformation about the Israel-Hamas war is flooding social media. Here are the facts. Associated Press. 2023. URL: https://apnews.com/article/e58f9ab8696309305c3ea2bfb269258e (дата звернення: 28.04.2026).

82. Бідочко Л. С'єдін О. «Ізраїль – держава-помилка», «у нападі ХАМАСу винні Штати», а «про Україну вже й забули»: як агітпроп намагається скористатися війною на Близькому Сході. MediaSapiens. 2023. URL: https://ms.detector.media/propaganda-ta-vplivi/post/33173/2023-10-11-izrail-derzhava-pomylka-u-napadi-khamasu-vynni-shtaty-a-pro-ukrainu-vzhe-y-zabuly-yak-agitprop-namagaietsya-skorystatysya-viynoyu-na-blyzkomu-skhodi/ (дата звернення: 28.04.2026).

83. Manor I. Crilley R. Visually framing the Gaza War of 2014: The Israel Ministry of Foreign Affairs on Twitter. Media. War & Conflict. 2020. Vol. 13. № 4. P. 369–391. URL: https://www.jstor.org/stable/26976773 (дата звернення: 08.04.2026).

84. Yarchi M. Azran T. S. Bar David L. Facebook users' engagement with Israel's public diplomacy messages during the 2012 and 2014 military operations in Gaza. Place Branding and Public Diplomacy. 2017. URL: https://link.springer.com/article/10.1057/s41254-017-0058-6 (дата звернення: 28.04.2026).

85. Taylor J. All eyes on Rafah: how AI-generated image spread across social media. The Guardian. 2024. URL: https://www.theguardian.com/world/article/2024/may/30/all-eyes-on-rafah-how-ai-generated-image-spread-across-social-media (дата звернення: 28.04.2026).

86. Alioglu R. Digital Occupation: Pixelated Propaganda, Censored Platforms and the Battle for Narrative in Gaza. Al Jazeera Centre for Studies. 2024. URL: https://studies.aljazeera.net/en/analyses/digital-occupation-pixelated-propaganda-censored-platforms-and-battle-narrative-gaza (дата звернення: 28.04.2026).

87. Копач Ю. Ідеологія сіонізму як передумова виникнення незалежної Ізраїльської держави / наук. кер. І.Федорів // *Актуальні проблеми історичної науки та освіти у дослідженнях молодих учених: збірник матеріалів І Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції з міжнародною участю (19 квітня 2024).* Тернопіль : ТНПУ ім. В. Гнатюка, 2024. С. 272-275.

88. Копач Ю. Геополітичні зміни на Близькому Сході у звязку з подіями війни Судного дня 1973р. / наук. кер. І. Федорів / *Актуальні проблеми історичної науки та освіти у дослідженнях молодих учених: збірник матеріалів ІІ Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції з міжнародною участю (10 квітня 2025)*. Тернопіль: ТНПУ ім. В. Гнатюка, 2025. С. 453-455

89. Копач Ю. Економічний образ Ізраїлю як інноваційної та технологічно розвиненої держави у сучасних мас-медіа / *ІІІ Всеукраїнська студентська науково-практична конференція «Актуальні проблеми історичної науки та освіти у дослідженнях молодих науковців» (5 травня 2026 р., м. Тернопіль): збірник матеріалів конференції.* Тернопіль, 2026.

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Тема уроку:
Маніпулятивний вплив медіа: аналіз медіаобразу Ізраїлю в цифрових повідомленнях
Клас:
10 клас
Предмет:
Громадянська освіта (інтегрований курс)
Тип уроку:
Комбінований урок із елементами медіааналізу та групової роботи
Мета уроку:
Сформувати в учнів навички усвідомленого аналізу медіатекстів, розпізнавання пропагандистських і маніпулятивних практик у цифровому середовищі, розвинути здатність аналізувати міжнародні медійні кейси на прикладі образу Ізраїлю в сучасних соціальних мережах і світових медіа.
Очікувані результати:
Після уроку учні:
• пояснюють поняття «медіафрейм», «пропаганда», «дезінформація», «публічна дипломатія»;
• аналізують цифрові медіатексти та візуальні повідомлення;
• визначають емоційні й маніпулятивні елементи у медіаматеріалах;
• порівнюють різні способи висвітлення однієї події;
• оцінюють вплив соціальних мереж на міжнародний образ держави.
Обладнання:
мультимедійна презентація, роздруковані кейси медіаматеріалів, смартфони або ноутбуки, інтерактивна дошка.
Основні поняття:
медіаобраз, public diplomacy, misinformation, propaganda, visual framing, digital diplomacy, OSINT, AI-generated image, медіаманіпуляція, інформаційна війна.
Структура уроку
Організаційний етап – 1 хв
• перевірка присутніх;
• повідомлення теми уроку

Мотиваційний етап – 5 хв
Учитель демонструє два різні медійні зображення однієї події:
• офіційний ізраїльський інформаційний пост;
• viral image «All eyes on Rafah».
Проблемне запитання:
«Чому одна й та сама війна виглядає по різному в різних медіа?»

Актуалізація знань – 7 хв
Фронтальна бесіда:

• що таке пропаганда;
• як працює дезінформація;
• які соціальні мережі найбільше впливають на новини;
• чому люди довіряють візуальному контенту.
Метод:
«Мозковий штурм».

Вивчення нового матеріалу – 15 хв
Короткий виклад учителя:
• історичне тло арабо ізраїльського конфлікту;
• цифрова дипломатія Ізраїлю;
• значення Twitter, Facebook, TikTok, Instagram, Telegram;
• поняття visual framing;
• приклади інформаційних кампаній;
• механізми поширення fake content;
• вплив viral images на міжнародну аудиторію.
Використовуються приклади:
«Visually framing the Gaza War of 2014: The Israel Ministry of Foreign Affairs on Twitter»;
«All eyes on Rafah: how AI-generated image swept across social media»;
«FACT FOCUS: Misinformation about the Israel-Hamas war is flooding social media. Here are the facts».

Практична робота в групах – 15 хв
Учні об’єднуються у 4–5 груп.
Кожна група отримує окремий кейс із покликанням на першоджерело:
• офіційний акаунт МЗС Ізраїлю у X. URL: https://x.com/IsraelMFA
• матеріал BBC News «Who is behind Israel-Gaza disinformation and hate online». URL: https://www.bbc.com/news/world-middle-east-67114313
• матеріал The Guardian «All eyes on Rafah: how AI-generated image swept across social media». URL: https://www.theguardian.com/world/article/2024/may/30/all-eyes-on-rafah-how-ai-generated-image-spread-across-social-media
• фактчекінговий матеріал Associated Press «FACT FOCUS: Misinformation about the Israel-Hamas war is flooding social media. Here are the facts». URL: https://apnews.com/article/e58f9ab8696309305c3ea2bfb269258e
• матеріал MediaSapiens / Детектор медіа «Ізраїль – держава-помилка», «у нападі ХАМАСу винні Штати», а «про Україну вже й забули». URL: https://ms.detector.media/propaganda-ta-vplivi/post/33173/2023-10-11-izrail-derzhava-pomylka-u-napadi-khamasu-vynni-shtaty-a-pro-ukrainu-vzhe-y-zabuly-yak-agitprop-namagaietsya-skorystatysya-viynoyu-na-blyzkomu-skhodi/
Завдання для груп:
• визначити джерело інформації;
• знайти емоційні маркери;
• встановити цільову аудиторію;
• пояснити, який образ Ізраїлю формується;

• знайти можливі маніпулятивні елементи.

Презентація результатів – 10 хв
Кожна група коротко представляє результати аналізу.
Учитель фіксує на дошці:
• типи медіафреймів;
• спільні риси маніпуляцій;
• відмінності між офіційною дипломатією та social media activism.

Закріплення матеріалу – 5 хв
Вправа «Швидкий аналіз»:
Учитель демонструє новий заголовок або зображення.
Учні відповідають:
• який емоційний ефект створюється;
• чи є ознаки маніпуляції;
• яке джерело потрібно перевірити.

Підсумок уроку – 4 хв
Обговорення:
• чому цифрові медіа впливають на міжнародний імідж держав;
• як social media змінюють сприйняття війни;
• чому перевірка інформації є частиною громадянської відповідальності.

Домашнє завдання
Обов’язкове:
Підготувати короткий медіааналіз одного міжнародного новинного матеріалу про Ізраїль або Палестину:
• визначити джерело;
• описати використані емоційні маркери;
• пояснити, який образ сторони формується.
Творче:
Створити власний фактчекінговий постер або презентацію на тему:
«Як розпізнати цифрову маніпуляцію в соціальних мережах».